

**EVALUASI *USABILITY* DAN PERBAIKAN RANCANGAN SITUS  
WEB JUALSEPATUSAFETY.COM DENGAN MENGGUNAKAN  
WEBUSE DAN PENGUJIAN *USABILITY***

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:

Mila Anggraini

NIM: 125150401111047

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
JURUSAN SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2016

## PENGESAHAN

EVALUASI *USABILITY* DAN PERBAIKAN RANCANGAN SITUS WEB  
JUALSEPATUSAFETY.COM DENGAN MENGGUNAKAN WEBUSE DAN PENGUJIAN  
USABILITY

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh:

Mila Anggraini

NIM: 125150401111047

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada  
9 Agustus 2016

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Ismiarta Aknuranda, S.T, M.Sc, Ph.D

NIK: 201006 740719 1 001

Niken Hendrakusma Wardani, S.Kom.,

M.Kom

NIK: 201606 900621 2 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi

Herman Tolle, Dr. Eng., S.T, M.T

NIP: 19740823 200012 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 9 Agustus 2016

Mila Anggraini

NIM: 125150401111047



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Evaluasi *Usability* dan Perbaikan Rancangan Situs Web JualSepatuSafety.com dengan menggunakan WEBUSE dan Pengujian Usability”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Sistem Informasi di Universitas Brawijaya Malang. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Bapak Ismiarta Aknuranda, S.T,M.Sc,Ph.D sebagai pembimbing I yang telah banyak memberikan nasehat, meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Niken Hendrakusma Wardani, S.kom.,M.Kom sebagai pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Suprpto, S.T, M.T selaku ketua Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan fasilitas akademik dan telah mengizinkan penulis mengambil data sampel penelitian.
4. Bapak Herman Tolle, Dr. Eng., S.T, M.T selaku ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Brawijaya.
5. Bapak Hildan Fathoni, S.E selaku Direktur situs JualSepatuSafety.com yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian pada situs JualSepatuSafety.com dan telah memberikan bimbingan dan nasehat, serta meluangkan waktu kepada penulis untuk melakukan penelitian.
6. Ayah dan Ibu atas jasa-jasanya, kesabaran, do’a dan kasih sayang yang tulus dan ikhlas kepada penulis.
7. Saudara-saudara tercinta yang telah banyak memberikan bantuan, dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman Program Studi Sistem Informasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu atas bantuan, dukungan dan kerjasamanya dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Teman-teman Wisma Anisa yang telah memberikan bantuan dan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun pustaka dalam laporan skripsi ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lanjut agar lebih bermanfaat. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun demi perbaikan dan pengembangan untuk penelitian dan penulisan skripsi di masa yang akan

datang. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Malang, 9 Agustus 2016

Penulis,

[gra.raini@gmail.com](mailto:gra.raini@gmail.com)



## ABSTRAK

Situs web JualSepatuSafety.com merupakan salah satu situs jual beli peralatan *safety*. Klien situs web JualSepatuSafety.com tersebar mulai perorangan, perusahaan swasta, instansi pemerintah dan perusahaan internasional di Indonesia. Dari keseluruhan klien, klien perorangan memiliki jumlah paling sedikit. Situs web yang baik adalah situs web yang di desain dengan memperhatikan *usability* situs. Seperti ketika pengguna menggunakan suatu situs web, mereka berharap untuk menemukan informasi yang mereka inginkan dengan cepat dan untuk melakukannya memerlukan sedikit usaha. Desain situs web yang mengabaikan aspek *usability* tersebut akan berisiko kehilangan pelanggan yang berharga. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi *usability* situs web JualSepatuSafety.com. Penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu tahap evaluasi menggunakan kuesioner *Web Usability Evaluation Tool (WEBUSE)* yang bertujuan untuk mengetahui tingkat *usability* situs JualSepatuSafety.com dan pengujian situs web dengan pengujian *usability* yang digunakan untuk mengetahui masalah-masalah yang terdapat pada situs JualSepatuSafety.com. Hasil pengujian *usability* akan digunakan sebagai dasar dalam rancangan perbaikan antarmuka pengguna situs JualSepatuSafety.com. Kemudian dilakukan evaluasi rancangan perbaikan dengan menggunakan kuesioner WEBUSE, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat *usability* rancangan perbaikan situs web. Berikutnya, dilakukan analisis perbandingan, dengan membandingkan hasil kuesioner WEBUSE yang diperoleh dari tahap evaluasi *usability* awal dan hasil kuesioner WEBUSE dari rancangan perbaikan. Hasil dari evaluasi awal pada desain lama menunjukkan bahwa *usability* situs berada pada tingkat *moderate* dan terdapat 12 permasalahan *usability* yang ditemukan. Sedangkan dari hasil evaluasi *usability* pada rancangan perbaikan dapat diketahui bahwa tingkat *usability* pada desain baru mengalami peningkatan menjadi tingkat *good*.

Kata kunci: Antarmuka Pengguna, Pengujian *usability*, Situs Web, *Usability*, WEBUSE.

## ABSTRACT

*Website of JualSepatuSafety.com is one of the sites selling safety equipment. Client of JualSepatuSafety.com website is scattered from individuals, private companies, government agencies and international companies in Indonesia. From the whole clients, private clients have the fewest number. A good website is a website that is designed with attention to usability of the site. Such as when a user uses a web site, they expect to find the information they want quickly and to do so requires a bit of effort. Design of the website that ignores the usability aspect will risk losing valuable customers. The purpose of this study was to evaluate the usability of the JualSepatuSafety.com website. This study consists of several stages of data collection phase and an initial evaluation using questionnaires Web Usability Evaluation Tool (WEBUSE) which aims to determine level of usability of the JualSepatuSafety.com website and usability testing is used to find out the problems contained on the JualSepatuSafety.com website. The results of usability testing will be used as the basis for design improvements of user interface JualSepatuSafety.com website. Then design improvements evaluation using WEBUSE questionnaires, which aims to determine usability level of design improvements website. Next, do comparative analysis, by comparing the results of the WEBUSE questionnaire obtained from the initial usability evaluation stage and WEBUSE questionnaire results of design improvements. The results of an initial evaluation on the old design showed that the usability of the site are at moderate level and there are 12 usability problems found. While the results of usability evaluation on design improvements can be known that level of usability in the new design has increased to good level.*

**Keywords:** *User Interface, Usability Testing, Website, Usability, WEBUSE.*

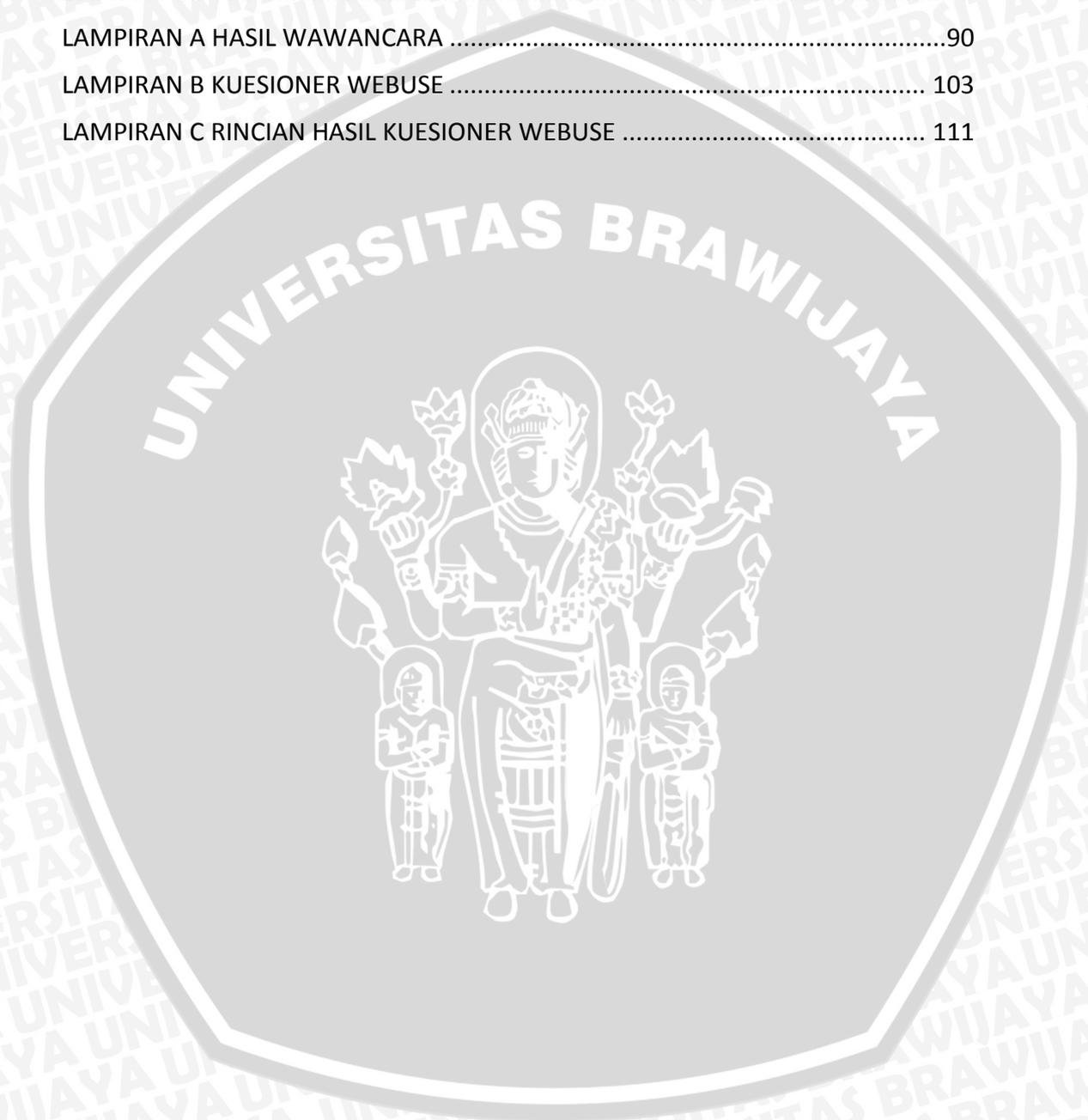
## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| PENGESAHAN .....  | ii        |
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....   | iii       |
| KATA PENGANTAR.....   | iv        |
| ABSTRAK.....  | vi        |
| ABSTRACT .....  | vii       |
| DAFTAR ISI.....   | viii      |
| DAFTAR TABEL.....   | xi        |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xiii      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | xvi       |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>   | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar belakang.....   | 1         |
| 1.2 Rumusan masalah.....  | 3         |
| 1.3 Tujuan .....  | 3         |
| 1.4 Manfaat .....   | 3         |
| 1.5 Batasan masalah .....   | 4         |
| 1.6 Sistematika pembahasan.....   | 4         |
| <b>BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN .....</b>   | <b>6</b>  |
| 2.1 Kajian pustaka.....   | 6         |
| 2.2 Profil situs web <a href="http://jualsepatusafety.com">jualsepatusafety.com</a> ..... | 7         |
| 2.3 Situs web <a href="http://JualSepatuSafety.com">JualSepatuSafety.com</a> .....        | 8         |
| 2.4 <i>Usability</i> .....  | 10        |
| 2.5 Pengujian usability.....  | 12        |
| 2.6 <i>Web Usability Evaluation Tool (WEBUSE)</i> .....                                   | 13        |
| 2.7 Hubungan <i>usability</i> dengan WEBUSE .....   | 15        |
| 2.8 Evaluasi .....  | 17        |
| 2.9 Antarmuka pengguna ( <i>user interface</i> ).....                                     | 18        |
| 2.10 Situs Web ( <i>website</i> ) .....   | 18        |
| 2.11 <i>Usability guidelines</i> .....  | 18        |
| <b>BAB 3 METODOLOGI .....</b>   | <b>19</b> |
| 3.1 Studi literatur.....  | 20        |
| 3.2 Analisis kondisi situs saat ini.....  | 20        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.2.1 Wawancara kepada pemilik situs web JualSepatuSafety.com                                  | 20        |
| 3.2.2 Observasi  | 20        |
| 3.3 Evaluasi <i>usability</i> desain lama dengan kuesioner WEBUSE                              | 21        |
| 3.3.1 Perancangan kuesioner  | 22        |
| 3.3.2 Tahapan evaluasi <i>usability</i> menggunakan kuesioner WEBUSE                           | 22        |
| 3.4 Pengujian desain lama dengan pengujian <i>usability</i>                                    | 22        |
| 3.4.1 Menentukan tugas   | 23        |
| 3.4.2 Mengujikan tugas   | 24        |
| 3.4.3 Wawancara  | 24        |
| 3.5 Perancangan perbaikan desain antarmuka pengguna  | 25        |
| 3.6 Evaluasi <i>usability</i> rancangan perbaikan dengan WEBUSE                                | 25        |
| 3.7 Analisis perbandingan  | 26        |
| 3.8 Kesimpulan dan saran   | 26        |
| <b>BAB 4 EVALUASI AWAL DAN PERANCANGAN</b>   | <b>27</b> |
| 4.1 Evaluasi <i>usability</i> awal   | 27        |
| 4.1.1 Evaluasi <i>usability</i> desain lama dengan menggunakan kuesioner WEBUSE                | 27        |
| 4.1.2 Evaluasi <i>usability</i> desain lama dengan menggunakan pengujian <i>usability</i>      | 29        |
| 4.1.3 Pemetaan masalah   | 43        |
| 4.1.4 Pengelompokkan masalah berdasarkan kategori WEBUSE                                       | 45        |
| 4.1.5 Analisis desain lama   | 46        |
| 4.2 Perancangan perbaikan desain antarmuka pengguna  | 47        |
| 4.2.1 <i>Usability guidelines</i>  | 47        |
| 4.2.2 Hubungan <i>usability guidelines</i> dengan permasalahan yang ditemukan                  | 48        |
| 4.2.3 Usulan perbaikan desain situs web  | 51        |
| <b>BAB 5 EVALUASI RANCANGAN PERBAIKAN DAN ANALISIS PERBANDINGAN</b>                            | <b>79</b> |
| 5.1 Evaluasi <i>usability</i> rancangan perbaikan dengan menggunakan kuesioner WEBUSE          | 79        |
| 5.2 Analisis perbandingan  | 81        |
| 5.2.1 Analisis perbandingan nilai <i>usability</i> masing-masing atribut pada kuesioner WEBUSE | 81        |
| 5.2.2 Analisis perbandingan nilai <i>usability</i> per kategori pada kuesioner WEBUSE          | 83        |



|   |     |
|---|-----|
| BAB 6 PENUTUP .....                             | 86  |
| 6.1 Kesimpulan .....                            | 86  |
| 6.2 Saran .....                                 | 86  |
| DAFTAR PUSTAKA.....                             | 87  |
| LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA .....                | 90  |
| LAMPIRAN B KUESIONER WEBUSE .....               | 103 |
| LAMPIRAN C RINCIAN HASIL KUESIONER WEBUSE ..... | 111 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Kuesioner WEBUSE per kategori .....  | 13 |
| Tabel 2.2 Skala penilaian dalam kuesioner WEBUSE .....   | 14 |
| Tabel 2.3 Point <i>usability</i> dan level <i>usability</i> dalam kuesioner WEBUSE .....           | 15 |
| Tabel 2.4 Keterkaitan kriteria <i>usability</i> dengan komponen <i>usability</i> pada WEBUSE ..... | 16 |
| Tabel 3.1 Hasil ringkasan wawancara dengan pemilik situs .....                                     | 20 |
| Tabel 3.2 Daftar tugas dalam pengujian usability .....   | 23 |
| Tabel 3.3 Instrumen Tugas dalam Pengujian usability .....  | 24 |
| Tabel 3.4 Instrumen wawancara pada pengujian usability .....                                       | 24 |
| Tabel 3.5 Daftar pertanyaan wawancara pada pengujian usability .....                               | 25 |
| Tabel 4.1 Hasil perhitungan <i>usability</i> per kategori WEBUSE .....                             | 28 |
| Tabel 4.2 Hasil perhitungan waktu pengerjaan tes tugas oleh setiap partisipan..                    | 29 |
| Tabel 4.3 Ringkasan hasil wawancara kendala dan saran perbaikan kepada partisipan .....            | 30 |
| Tabel 4.3 Ringkasan hasil wawancara kendala dan saran perbaikan kepada partisipan (lanjutan).....  | 31 |
| Tabel 4.3 Ringkasan hasil wawancara kendala dan saran perbaikan kepada partisipan (lanjutan).....  | 32 |
| Tabel 4.3 Ringkasan hasil wawancara kendala dan saran perbaikan kepada partisipan (lanjutan).....  | 33 |
| Tabel 4.4 Waktu pengerjaan tugas 1 .....   | 33 |
| Tabel 4.5 Waktu pengerjaan tugas 2 .....   | 35 |
| Tabel 4.6 Waktu pengerjaan tugas 3 .....   | 37 |
| Tabel 4.7 Waktu pengerjaan tugas 4 .....   | 38 |
| Tabel 4.8 Waktu pengerjaan tugas 5 .....   | 39 |
| Tabel 4.9 Waktu pengerjaan tugas 6 .....   | 40 |
| Tabel 4.10 Waktu pengerjaan tugas 7 .....  | 42 |
| Tabel 4.11 Permasalahan yang ditemukan dari hasil pengujian usability.....                         | 43 |
| Tabel 4.11 Permasalahan yang ditemukan dari hasil pengujian usability (lanjutan) .....             | 44 |
| Tabel 4.12 Pemetaan Masalah.....   | 45 |
| Tabel 4.13 <i>Usability guidelines</i> .....   | 47 |
| Tabel 4.13 <i>Usability guidelines</i> (lanjutan).....   | 48 |

Tabel 4.14 Hubungan masalah *usability* dengan *usability guidelines* .....48

Tabel 5.1 Hasil perhitungan *usability* desain baru per kategori WEBUSE .....80



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Antarmuka situs JualSepatuSafety.com pada menu beranda bagian atas.....  | 8  |
| Gambar 2.2 Antarmuka situs JualSepatuSafety.com pada menu beranda bagian bawah.....   | 9  |
| Gambar 3.1 Diagram alur metodologi penelitian .....   | 19 |
| Gambar 4.1 Contoh perhitungan nilai <i>usability</i> desain lama untuk atribut 1 pada kategori <i>navigation and links</i> .....                            | 27 |
| Gambar 4.2 Nilai <i>usability</i> desain lama untuk masing-masing atribut .....   | 28 |
| Gambar 4.3 Contoh perhitungan nilai <i>usability</i> desain lama pada kategori <i>navigation and links</i> .....  | 28 |
| Gambar 4.4 Contoh perhitungan nilai <i>usability</i> desain lama secara keseluruhan ..  | 29 |
| Gambar 4.19 Informasi kontak yang diletakkan pada <i>header</i> .....   | 52 |
| Gambar 4.20 Informasi kontak yang diletakkan pada <i>layout</i> sebelah kiri pada setiap halaman situs web.....   | 52 |
| Gambar 4.21 Pemindahan informasi kontak yang diletakkan pada halaman tentang kami .....   | 53 |
| Gambar 4.22 Informasi nomor rekening yang diletakkan pada <i>layout</i> sebelah kiri pada setiap halaman.....   | 53 |
| Gambar 4.23 Penghapusan nomor rekening pada setiap halaman dan hanya diletakkan pada menu cara pemesanan.....   | 54 |
| Gambar 4.24 Kategori produk yang dibuat <i>dropdown</i> pada menu produk .....  | 55 |
| Gambar 4.25 Penghapusan kategori produk yang dibuat <i>dropdown</i> pada menu produk dan diubah menjadi produk terbaru, produk diskon dan alat safety ..... | 55 |
| Gambar 4.26 Produk kategori tertentu pada halaman beranda.....  | 56 |
| Gambar 4.27 Penghapusan produk kategori tertentu pada menu beranda dan penambahan informasi produk terbaru dan produk diskon .....                          | 56 |
| Gambar 4.28 <i>Slideshow</i> yang terlalu banyak.....   | 57 |
| Gambar 4.29 <i>Slideshow</i> dibuat lebih simpel dan hanya menampilkan satu layar gambar .....  | 57 |
| Gambar 4.30 Informasi kategori produk yang diletakkan pada halaman cara pesan.....  | 58 |
| Gambar 4.31 Informasi kategori produk diletakkan pada menu produk.....  | 59 |
| Gambar 4.32 Informasi produk yang diletakkan pada menu blog .....   | 59 |
| Gambar 4.33 Penghapusan informasi produk pada menu seputar info .....   | 60 |
| Gambar 4.34 Informasi produk diskon yang diletakkan pada <i>slideshow</i> .....   | 61 |



Gambar 4.35 Informasi produk diskon yang diletakkan pada halaman info terbaru .....61

Gambar 4.36 Penambahan informasi produk diskon pada halaman beranda.....61

Gambar 4.37 Penambahan informasi produk diskon pada menu produk dan dibuat *dropdown*.....62

Gambar 4.10 Penggunaan istilah dalam bahasa Inggris pada fitur pencarian dan keranjang belanja.....62

Gambar 4.11 Penggunaan istilah dalam bahasa Inggris pada formulir pemesanan .....63

Gambar 4.12 Perubahan istilah berbahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia fitur pencarian dan keranjang belanja.....63

Gambar 4.13 Perubahan istilah berbahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia pada formulir pemesanan.....64

Gambar 4.56 Menu alat safety yang dipisah .....64

Gambar 4.57 Perubahan menu alat safety dan dikelompokkan pada menu produk.....64

Gambar 4.44 Fitur pencarian pada bagian *header* .....65

Gambar 4.45 Fitur pencarian yang diletakkan *layout* sebelah kiri di bawah kategori produk.....65

Gambar 4.46 Fitur pencarian hanya diletakkan pada bagian *header*.....65

Gambar 4.38 Nama menu navigasi menggunakan istilah blog .....65

Gambar 4.39 Perubahan nama menu navigasi blog menjasi seputar info.....66

Gambar 4.40 Warna tautan sebelum dan sesudah dikunjungi pada kategori produk.....66

Gambar 4.41 Perubahan warna tautan sebelum dan sesudah dikunjungi pada kategori produk.....67

Gambar 4.42 Warna tautan sebelum dan sesudah dikunjungi pada menu blog ..67

Gambar 4.43 Perubahan warna tautan sebelum dan sesudah dikunjungi pada menu seputar info.....68

Gambar 4.5 Kolom pencarian yang tidak ada keterangannya dan ikon keranjang belanja.....68

Gambar 4.6 Penambahan keterangan pada kolom pencarian dan perubahan ikon keranjang belanja.....69

Gambar 4.7 Pesan yang muncul setelah menambahkan barang ke keranjang belanja.....69

Gambar 4.8 Perubahan pesan yang muncul menjadi *pop up*.....70

|  |    |
|--|----|
| Gambar 4.9 Formulir pemesanan yang menampilkan informasi barang yang dipesan .....   | 70 |
| Gambar 4.10 Penambahan kolom ukuran sepatu yang akan dipesan .....   | 70 |
| Gambar 4.11 Informasi pada cara pemesanan tidak lengkap .....  | 71 |
| Gambar 4.12 Penambahan cara pemesanan melalui web pada cara pemesanan .....  | 71 |
| Gambar 4.47 Formulir pendaftaran promo yang diletakkan pada setiap halaman dibawah kategori produk .....   | 73 |
| Gambar 4.48 Kategori produk diletakkan pada menu beranda pada bagian kiri atas .....   | 73 |
| Gambar 4.49 Formulir pendaftaran promo yang diletakkan di bawah kategori produk pada menu produk .....   | 73 |
| Gambar 4.50 Informasi alamat perusahaan diletakkan di bawah deskripsi perusahaan pada menu tentang kami .....  | 74 |
| Gambar 4.51 Informasi alamat perusahaan diletakkan pada <i>layout</i> bagian kanan atas dan di sebelah deskripsi perusahaan pada menu tentang kami ..... | 75 |
| Gambar 4.52 Menu navigasi pada bagian <i>header</i> .....  | 75 |
| Gambar 4.53 Perubahan urutan dan nama menu navigasi pada bagian <i>header</i> ..   | 75 |
| Gambar 4.54 Tautan menu menggunakan gambar .....   | 76 |
| Gambar 4.55 Perubahan tautan menu menjadi tulisan .....  | 76 |
| Gambar 4.14 Tata letak dan warna tombol lanjutkan pada formulir pemesanan  | 77 |
| Gambar 4.15 Tata letak dan warna tombol kirim form order pada formulir pemesanan .....   | 77 |
| Gambar 4.16 Perubahan letak tombol lanjutkan dipindah ke bagian bawah formulir pemesanan .....   | 78 |
| Gambar 4.17 Perubahan tata letak dan warna tombol kirim form order .....   | 78 |
| Gambar 5.1 Contoh perhitungan nilai <i>usability</i> desain lama untuk atribut 1 pada kategori <i>navigation and links</i> .....                         | 79 |
| Gambar 5.2 Nilai <i>usability</i> desain baru untuk masing-masing atribut .....  | 80 |
| Gambar 5.3 Contoh perhitungan nilai <i>usability</i> desain lama pada kategori <i>navigation and links</i> .....   | 80 |
| Gambar 5.4 Contoh perhitungan nilai <i>usability</i> desain lama secara keseluruhan ..   | 81 |
| Gambar 5.5 Perbandingan nilai <i>usability</i> antara desain lama dan desain baru per atribut pada kuesioner WEBUSE .....                                | 81 |
| Gambar 5.6 Perbandingan nilai <i>usability</i> antara desain lama dan desain baru per kategori kuesioner WEBUSE .....                                    | 83 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA .....  | 90  |
| A.1 Wawancara kepada pemilik situs web JualSepatuSafety.com .....           | 90  |
| A.2 Wawancara kepada partisipan dalam pengujian usability .....             | 93  |
| LAMPIRAN B KUESIONER WEBUSE .....   | 103 |
| B.1 Kuesiner WEBUSE pada evaluasi <i>usability</i> awal .....               | 103 |
| B.2 Kuesioner WEBUSE pada evaluasi perbaikan rancangan .....                | 107 |
| LAMPIRAN C RINCIAN HASIL KUESIONER WEBUSE .....                             | 111 |
| C.1 Rincian hasil kuesiner WEBUSE pada evaluasi <i>usability</i> awal ..... | 111 |
| C.2 Rincian hasil kuesioner WEBUSE pada evaluasi perbaikan rancangan .....  | 113 |



## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Internet dan pengembangan web telah menjadi perkembangan yang paling menarik di bidang informasi dan teknologi komunikasi dalam beberapa tahun terakhir (Eid, 2011). Sesuai dengan pendapat Thompson (2005 disitasi dalam Monga, Pandey dan Kamal, 2015) dinyatakan bahwa pertumbuhan internet memiliki potensi besar karena mengurangi biaya produk dan pelayanan dan memperluas batas-batas geografis dalam mewujudkan pembeli dan penjual bersama-sama. Hal ini tentunya menciptakan peluang bagi perusahaan maupun organisasi dalam melakukan penjualan produk atau promosi dengan lebih mudah dan murah melalui situs web dengan area pemasaran yang lebih luas. Namun perusahaan tidak bisa mengasumsikan dengan membangun suatu situs web maka pelanggan akan mengakses situs web dengan sendirinya. Banyaknya persaingan antara produk sejenis membuat pelanggan mempunyai banyak alternatif dalam menentukan dimana mereka harus membeli produk yang diinginkan dengan lebih baik. Hal ini tentunya juga dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan situs web.

Nah dan Davis (2002) mengungkapkan bahwa pengguna berharap untuk menemukan informasi yang mereka inginkan, dengan cepat, dan untuk melakukannya memerlukan sedikit usaha. Nah dan Davis (2002) juga berpendapat bahwa desain *e-commerce* yang mengabaikan fakta-fakta tersebut kemungkinan berisiko kehilangan pelanggan yang berharga. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nielsen (2001) terhadap 20 situs *e-commerce* dinyatakan bahwa pengguna menggunakan 496 upaya untuk melakukan tugas pada situs tersebut, hasilnya adalah rata-rata tingkat keberhasilan pengguna hanya 56%. Hal ini berarti situs *e-commerce* kehilangan hampir setengah potensi penjualan mereka karena pengguna tidak dapat menggunakan situs tersebut.

JualSepatuSafety.com merupakan sebuah situs jual beli peralatan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) dan *non-safety* yang tergabung dalam Hildan Safety Group. Hildan Safety mulai beroperasi di Kota Malang Jawa Timur pada tahun 2011. Produk pertama Hildan Safety adalah sepatu safety lokal dengan pangsa pasar perusahaan swasta di Indonesia. Pada tahun 2013 Hildan Safety dipercaya berbagai *brand principal* untuk mendistribusikan *safety shoes* dengan merek yang sudah mendunia. Pada tahun 2014 Hildan Safety memiliki badan hukum dengan nama CV. Teladan Group Indonesia sekaligus memantapkan diri sebagai "*One Stop Safety Solution*". Konsep *one stop service* ini akan memudahkan para klien untuk memenuhi seluruh kebutuhan pada satu tempat. Klien Hildan Safety juga tersebar mulai dari perorangan, perusahaan swasta, instansi pemerintah dan perusahaan internasional di Indonesia. Dari semua klien tersebut, klien yang perorangan mempunyai jumlah paling sedikit.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis pada situs JualSepatuSafety.com, ditemukan beberapa permasalahan dalam desain

antarmuka, diantaranya yaitu tidak adanya perbedaan warna tautan yang sudah maupun belum dikunjungi, terlalu banyak informasi yang ditampilkan sehingga mengakibatkan halaman situs web yang panjang dan pengguna harus melakukan *scrolling* yang panjang untuk menampilkan semua informasi. Berdasarkan *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)* yang merupakan salah satu *usability guidelines* dinyatakan bahwa menampilkan terlalu banyak informasi dapat membingungkan pengguna dan menghambat asimilasi informasi yang dibutuhkan. Dengan demikian, masalah-masalah tersebut akan mempengaruhi *usability* suatu situs web.

*Usability* adalah sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu di dalam konteks penggunaan khusus untuk mencapai tujuan khusus secara efektif, efisien, dan memuaskan (International Standard Office, 2010). Berdasarkan beberapa permasalahan yang telah ditemukan dalam situs *JualSepatuSafety.com*, penulis ingin mengevaluasi lebih lanjut *usability* dari situs web *JualSepatuSafety.com* dan dilanjutkan dengan membuat rancangan perbaikan antarmuka situs web tersebut. Untuk mengukur *usability* suatu situs web dapat dilakukan dengan berbagai teknik, beberapa diantaranya adalah survey dan pengujian *usability*.

Menurut Rubin dan Chisnell (2008) survey digunakan untuk memahami preferensi dasar yang luas pada pengguna produk yang ada atau pengguna produk potensial. Survey dapat dilakukan dengan menggunakan kuesioner *Web Usability Evaluation Tool (WEBUSE)*, yang merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi *usability* situs web. Kuesioner WEBUSE terdiri dari 24 atribut yang diklasifikasikan ke dalam empat kategori yaitu *content, organisation, and readability, navigation and links, user interface design, dan performance and effectiveness*. Berdasarkan pengujian kuantitatif dengan menggunakan Koefisien Cronbach Alpha terhadap kuesioner WEBUSE yang dilakukan oleh Chiew dan Salim (2003) menunjukkan bahwa kuesioner WEBUSE adalah handal.

Menurut Rubin dan Chisnell (2008) pengujian *usability* merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data empiris dengan mengamati pengguna akhir ketika menyelesaikan tugas-tugas realistis yang diberikan. Tujuan pengujian *usability* menurut Rubin dan Chisnell (2008) adalah untuk menjamin terciptanya produk yang berguna dan dihargai oleh target pengguna, mudah dipelajari, membantu orang menjadi lebih efektif dan efisien dalam melakukan yang mereka inginkan, dan memuaskan (bahkan mungkin menyenangkan) untuk digunakan.

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan evaluasi *usability* dilakukan oleh Kasmawi (2013a), yang bertujuan membangun sistem untuk evaluasi *usability* situs web secara online dengan metode WEBUSE. Dalam penelitiannya, Kasmawi (2013a) melakukan pengujian terhadap kuesioner WEBUSE dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang menunjukkan bahwa nilai hitung  $r$  lebih besar ( $>$ ) dari nilai tabel  $r$ , yang berarti kriteria instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Oleh karena itu, kuesioner WEBUSE digunakan untuk melakukan evaluasi *usability* situs web *JualSepatuSafety.com*.

Berdasarkan beberapa permasalahan awal yang telah ditemukan dalam situs JualSepatuSafety.com, penulis ingin mengetahui nilai *usability* dan permasalahan *usability* pada tampilan antarmuka situs JualSepatuSafety.com secara lebih lanjut untuk selanjutnya dibuat rancangan perbaikan antarmuka situs web tersebut. Selain itu, penulis ingin mengetahui nilai *usability* dari rancangan perbaikan dan perbandingan nilai *usability* situs JualSepatuSafety.com saat ini dengan rancangan perbaikan.

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hasil evaluasi *usability* situs JualSepatuSafety.com saat ini?
2. Bagaimanakah rancangan perbaikan terhadap situs JualSepatuSafety.com?
3. Bagaimanakah hasil evaluasi *usability* rancangan perbaikan situs JualSepatuSafety.com?
4. Bagaimanakah perbandingan tingkat *usability* situs JualSepatuSafety.com sebelum dan sesudah dilakukan perbaikan?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, dapat diketahui tujuan dari dilaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat *usability* dan permasalahan *usability* situs JualSepatuSafety.com saat ini yang digunakan sebagai dasar perancangan desain baru.
2. Merancang perbaikan situs web JualSepatuSafety.com.
3. Mengetahui tingkat *usability* dari rancangan perbaikan situs JualSepatuSafety.com.
4. Mengetahui perbandingan tingkat *usability* situs JualSepatuSafety.com saat ini dengan rancangan perbaikan.

## 1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi Penulis

- a. Mendapatkan pembelajaran pada bidang antarmuka pengguna situs, pengujian *usability* dan WEBUSE.
- b. Mendapatkan pengalaman evaluasi antarmuka situs dengan menggunakan metode pengujian *usability* dan WEBUSE dari perspektif pengguna.

Bagi Pengguna atau pembaca

- a. Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik penelitian *usability* situs web.

Bagi pemilik situs web JualSepatuSafety.com

- a. Dapat dijadikan acuan dalam perbaikan antarmuka situs selanjutnya.
- b. Meningkatkan kualitas layanan situs web JualSepatuSafety.com sebagai media promosi untuk meningkatkan pemasaran produk.

### 1.5 Batasan masalah

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini berfokus pada kategori *usability* yang ada pada kuesioner WEBUSE.
2. Untuk konten detail produk tidak ada perubahan karena keterbatasan penulis dalam mengetahui informasi detail produk.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner WEBUSE untuk mengetahui tingkat *usability* situs dan pengujian *usability* yang digunakan untuk mengetahui masalah secara lebih rinci dan kecenderungan pengguna ketika menggunakan situs.
4. Data dikumpulkan dari kelompok mahasiswa sebagai representatif konsumen produk *non-safety*, dan masuk dalam kategori usia aktif internet.
5. Penelitian ini dibatasi hanya sampai pada memberikan rekomendasi perbaikan rancangan antarmuka situs web berupa *prototype*, tidak sampai implementasi.

### 1.6 Sistematika pembahasan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

#### BAB II LANDASAN KEPUSTAKAAN

Bab ini berisi landasan teori yang berhubungan dengan penelitian dan yang menjadi dasar penelitian. Landasan teori diambil dari berbagai referensi yaitu buku, jurnal, internet dan penelitian sebelumnya.

#### BAB III METODOLOGI

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi studi literatur, perancangan pengujian, pengujian, analisa data, penarikan kesimpulan.

#### BAB IV PENGUMPULAN DATA

Bab berisi pengumpulan data yang diambil dari pengujian awal dan pengujian terhadap perubahan antarmuka situs yang dilakukan.

#### BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisa hasil pengolahan dan pembahasan temuan-temuan yang diperoleh serta rekomendasi dalam melakukan perubahan pada antarmuka situs JualSepatuSafety.com.

#### BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk dijadikan perbaikan pengembangan situs selanjutnya.



## BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

Bab ini menjelaskan tinjauan pustaka yang berhubungan dengan penelitian. Kajian pustaka mengenai penelitian terdahulu dan dasar teori yang mendukung dan menjadi dasar penelitian.

### 2.1 Kajian pustaka

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Purwaningsih dan Yenifi (2015) yang bertujuan untuk mengevaluasi desain situs web dan melakukan pengukuran *usability*. Metode yang digunakan adalah *Scenario-Based End User Evaluation dan Website Analysis and Measurement Inventory (WAMMI)*. Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui nilai *usability* dari situs web yaitu nilai *usability* hasil rancangan lebih baik dari situs web sebelumnya dalam aspek efektivitas, efisiensi, *memorability* dan menurunnya *error rate user* (Purwaningsih dan Yenifi, 2015).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Chiew dan Salim (2003), berfokus pada isu-isu *usability* situs dan melakukan implementasi alat yang digunakan untuk mengevaluasi *usability* web yang disebut dengan WEBUSE, dengan melakukan analisa terhadap alat evaluasi *usability* yang ada dan melakukan evaluasi terhadap kriteria *usability*. Menurut Chiew dan Salim (2003) aspek *usability* ditutupi oleh empat *tools* evaluasi (WAMMI, WebSAT, Bobby, *Protocol Analysis*), sehingga dapat ditekankan bahwa aspek *usability* saling bergantung dan terkait. Dari hasil studi keterkaitan aspek *usability* pada empat *tools* evaluasi berhasil mengidentifikasi 20 kriteria *usability* yang merupakan aspek penting dalam *usability* web.

Penelitian terkait *usability* juga pernah dilakukan sebelumnya oleh Kasmawi (2013a). Tujuan dari penelitian tersebut adalah membangun sistem untuk evaluasi *usability* situs web secara *online* dengan metode WEBUSE pada situs web perguruan tinggi dari persepsi pengguna. Dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas data evaluasi, dapat ditunjukkan bahwa nilai hitung  $r$  lebih besar ( $>$ ) dari nilai tabel  $r$ , maka kriteria instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Menurut Kasmawi (2013a) sistem evaluasi *usability* menghasilkan informasi berupa parameter tingkat kualitas situs web dan kepuasan pengguna dari aspek *usability* untuk situs web perguruan tinggi.

Dari penelitian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk melakukan evaluasi *usability* suatu situs web dapat dilakukan dengan menggunakan kuesioner WEBUSE. Kuesioner WEBUSE terdiri dari 20 kriteria *usability* yang diperoleh dari empat *tools* evaluasi yang telah diuji dan dinyatakan valid, dan dapat menghasilkan informasi tingkat kualitas situs web dan kepuasan pengguna dari aspek *usability*. Dengan demikian dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner WEBUSE untuk mengetahui tingkat *usability* situs JualSepatuSafety.com.

## 2.2 Profil situs web [jualsepatusafety.com](http://jualsepatusafety.com)

JualSepatuSafety.com merupakan sebuah situs jual beli produk Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) dan *non-safety* yang tergabung dalam Hildan Safety Group. Hildan Safety mulai beroperasi di Kota Malang Jawa Timur pada tahun 2011. Berlokasi di Jl. Moch Rasyid No. 9B, RT. 03, RW. 03, Kelurahan Mulyorejo, Kecamatan Sukun Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia 65147. Produk pertama Hildan Safety adalah sepatu *safety* lokal dengan pangsa pasar perusahaan swasta di Indonesia. Pada tahun 2013 Hildan Safety dipercaya berbagai *brand principal* untuk mendistribusikan sepatu *safety* dengan merek yang sudah mendunia. Pada tahun 2014 Hildan Safety memiliki badan hukum dengan nama CV. Teladan Group Indonesia sekaligus memantapkan diri sebagai “*One Stop Safety Solution*”. Konsep *one stop service* ini akan memudahkan para klien untuk memenuhi seluruh kebutuhan pada satu tempat. Klien Hildan Safety juga tersebar mulai dari perorangan, perusahaan swasta, instansi pemerintah dan perusahaan internasional di Indonesia.







Gambar 2.2 Antarmuka situs JualSepatuSafety.com pada menu beranda bagian bawah

Sumber: Hildan Safety (2011)



Situs JualSepatuSafety.com mempunyai tampilan seperti gambar 2.1. Situs ini mempunyai beberapa fitur, seperti fitur *search* untuk melakukan pencarian produk dengan kategori tertentu, terdapat fitur pemesanan produk (keranjang belanja) untuk memudahkan pengguna untuk memesan produk secara langsung melalui situs, terdapat fitur detail produk yang apabila diklik akan menampilkan informasi produk, terdapat beberapa menu yang berisi informasi cara pemesanan, informasi daftar klien yang pernah menjadi konsumen, informasi kontak yang dapat dihubungi, menu blog yang didalamnya berisi tentang informasi atau berita. Adanya menu kerjasama yang berisi informasi tata cara menjadi *supplier*, tata cara menjadi *reseller* dan informasi tentang *tender*.

## 2.4 Usability

*Usability* mengacu pada suatu kualitas antarmuka pengguna berdasarkan pengalaman dari interaksi pengguna dengan antarmuka situs web, *usability* berkaitan dengan efektif, efisien dan kepuasan pengguna. Efektif berkaitan dengan ekspektasi pengguna ketika menggunakan sistem apakah sistem dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan, dan apakah ada kesalahan ketika menggunakan sistem. Sedangkan efisien berkaitan dengan kecepatan pengguna untuk mencapai tujuan secara akurat dan lengkap. Kepuasan pengguna berkaitan dengan persepsi pengguna dalam menggunakan sistem, biasanya dengan menggunakan skala tertentu untuk mengukur kepuasan pengguna. Sesuatu dapat dikatakan berguna dengan baik apalagi kegagalan dalam penggunaannya dapat dihilangkan atau diminimalkan serta memberi manfaat dan kepuasan kepada pengguna (Rubin dan Chisnell, 2008). Berikut merupakan beberapa metode utama dalam *UCD (User Centered Design)* yang menyediakan beberapa konteks untuk pengujian *usability* (Rubin dan Chisnell, 2008):

1. *Ethnographic Research*

*Ethnographic Research* merupakan teknik dari antropologi yang melibatkan pengamatan terhadap pengguna mengenai tempat dimana mereka biasanya akan menggunakan produk untuk mengumpulkan data target pengguna, apa tugas dan tujuan mereka berhubungan dengan produk yang direncanakan, konteks dimana mereka bekerja untuk mencapai tujuan mereka. Sehingga dari penelitian kualitatif tersebut, dapat mengembangkan profil pengguna, personas, skenario, dan deskripsi tugas yang dapat digunakan oleh tim desain sebagai dasar keputusan desain dalam siklus pengembangan (Rubin dan Chisnell, 2008).

2. *Participatory Design*

*Participatory Design* memperkerjakan satu atau lebih pengguna perwakilan dari tim desain sendiri, sehingga dalam teknik ini pengguna, desainer, dan pengembang bekerja sama pada aspek desain. Teknik ini sering digunakan untuk pengembangan sistem *in-house*, pendekatan ini mendorong pengguna akhir sebagai jantung proses desain dari dimulainya proyek dengan menekan pengetahuan pengguna, keahlian, dan bahkan reaksi emosional untuk desain (Rubin dan Chisnell, 2008).

### 3. *Focus Group Research*

*Focus Group Research* digunakan pada tahap awal proyek untuk mengevaluasi konsep awal, pada beberapa kasus biasanya digunakan untuk mengidentifikasi dan mengkonfirmasi karakteristik representatif pengguna keseluruhan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi bagaimana konsep-konsep, dalam hal apa mereka tidak dapat diterima atau tidak memuaskan, dan bagaimana dibuat lebih diterima dan bermanfaat (Rubin dan Chisnell, 2008).

Kelebihan dari *focus group* adalah kemampuannya untuk mengeksplorasi penilaian dan perasaan beberapa orang lebih dalam, dan dengan demikian belajar sesuatu tentang bagaimana pengguna akhir berpikir dan merasa (Rubin dan Chisnell, 2008).

### 4. *Survey*

Survey dapat digunakan untuk lebih memahami preferensi dari dasar yang luas dari pengguna tentang produk yang sudah ada atau yang potensial. Survey dapat menggunakan sampel yang besar untuk menggeneralisasi seluruh populasi, survey dapat digunakan kapan saja dalam siklus hidup namun paling sering digunakan pada tahap awal untuk lebih memahami potensi pengguna (Rubin dan Chisnell, 2008).

### 5. *Walk-Throughs*

Setelah mengetahui target pengguna dan tujuan mereka, *walk-thoughts* digunakan untuk menjelajahi bagaimana biaya produk dengan membayangkan rute pengguna melalui konsep awal atau prototype produk. Biasanya desainer bertanggung jawab untuk bekerja memandu rekan melalui tugas-tugas pengguna yang sebenarnya (terkadang memainkan peran sebagai pengguna), sementara anggota tim lainnya mencatat kesulitan yang dihadapi atau kekhawatiran dari tim (Rubin dan Chisnell, 2008).

### 6. *Open and Closed Card Sorting*

*Open and Closed Card Sorting* merupakan metode yang sangat murah untuk mendapatkan input pengguna di *content organisation*, kosakata, dan pelabelan pada antarmuka pengguna (Rubin dan Chisnell, 2008).

### 7. *Paper Prototyping*

Dalam teknik ini pengguna ditunjukkan aspek produk di atas kertas dan meminta pertanyaan tentang hal tersebut, atau diminta untuk merespon dengan cara lain. Tujuannya untuk mempelajari apakah aliran layar atau halaman yang telah direncanakan mendukung harapan pengguna.

### 8. *Expert or Heuristic Evaluations*

Melibatkan review produk atau sistem, biasanya oleh spesialis kegunaan atau faktor seorang spesialis yang memiliki sedikit atau tidak ada keterlibatan dalam proyek (Rubin dan Chisnell, 2008).

## 9. Pengujian usability

Teknik untuk mengumpulkan data empiris dengan mengamati representatif pengguna akhir dalam menggunakan produk untuk melakukan tugas (Rubin dan Chisnell, 2008).

## 10. *Follow-Up Studies*

Sebuah studi tindak lanjut terjadi setelah rilis resmi dari produk. Idennya adalah untuk mengumpulkan data untuk rilis berikutnya, menggunakan survei, wawancara, dan observasi (Rubin dan Chisnell, 2008).

## 2.5 Pengujian usability

Menurut Nielson (2012) pengujian usability merupakan suatu atribut untuk menilai seberapa mudah interface situs web digunakan. Menurut International Standard Office (2010) *usability* sendiri merupakan batas sebuah produk yang dapat digunakan oleh pengguna tertentu di dalam konteks penggunaan khusus untuk mencapai tujuan khusus secara efektif, efisien, dan memuaskan. Sedangkan Rubin dan Chisnell (2008) memberikan pengertian pengujian usability sebagai teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data empiris dengan mengamati representatif pengguna akhir dalam menggunakan produk untuk melakukan tugas. Menurut Nielsen (1999) dinyatakan bahwa metode pengujian usability dengan mengamati pengguna situs saat menyelesaikan tugas-tugas nyata merupakan metode yang sangat sederhana, mudah untuk mendapatkan wawasan kegunaan yang nyata dan sangat murah, karena hanya perlu menguji sejumlah kecil pengguna untuk menemukan masalah *usability* utama. Selain itu, menurut Nielsen (2012) dinyatakan bahwa, apabila penguji membantu atau mengarahkan perhatian partisipan ke bagian menu tertentu, maka hasil tes akan terkontaminasi oleh penguji.

Menurut Nielsen (2012) pengujian usability memiliki tiga komponen sebagai berikut:

1. Mendapatkan perwakilan pengguna (pengguna representatif)
2. Meminta pengguna untuk melakukan tugas-tugas representatif dengan desain
3. Mengamati apa yang dilakukan pengguna, pada bagian mana mereka dapat menyelesaikan, dan pada bagian mana mereka memiliki kesulitan dengan desain antarmuka pengguna.

Dalam menentukan tugas dalam pengujian usability, perlu diketahui fitur utama yang sering dikunjungi pengguna. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Nielsen (2014) yang menyatakan bahwa sebelum membuat tugas dalam pengujian usability perlu diketahui tujuan utama pengguna mengunjungi situs web secara umum. Menurut Nielsen (2000) dinyatakan bahwa dengan jumlah pengguna 5 orang dapat menemukan 85% masalah *usability*. Selain itu Nielsen (2000) juga menyatakan bahwa dengan menambahkan lebih banyak pengguna hanya akan menemukan masalah yang sama.

## 2.6 Web Usability Evaluation Tool (WEBUSE)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Chiew dan Salim (2003), berfokus pada isu-isu *usability* situs dan melakukan implementasi alat yang digunakan untuk mengevaluasi *usability* web yang disebut dengan WEBUSE, dengan melakukan analisa terhadap alat evaluasi *usability* yang ada dan melakukan evaluasi terhadap kriteria *usability*. Menurut Chiew dan Salim (2003) aspek *usability* ditutupi oleh empat *tools* evaluasi (WAMMI, WebSAT, Bobby, *Protocol Analysis*), sehingga dapat ditekankan bahwa aspek *usability* saling bergantung dan terkait. Misalnya, kepuasan pengguna terkait dengan daya pikat antarmuka, performa, dan navigasi.

Chiew dan Salim (2003) melakukan identifikasi kriteria evaluasi *usability* yang bertujuan untuk merumuskan kuesioner evaluasi. Dari hasil studi keterkaitan aspek *usability* pada empat *tools* evaluasi berhasil mengidentifikasi 20 kriteria *usability* yang merupakan aspek penting dalam *usability* web, dan diklasifikasikan ke dalam 4 kategori yaitu *content, organisation, and readability, navigation and links, user interface design, dan performance and effectiveness*. Tabel 2.1 merupakan atribut pada masing-masing kategori pada kuesioner WEBUSE.

**Tabel 2.1 Kuesioner WEBUSE per kategori**

| Kategori                                     | No. | Atribut   |
|--|-----|---|
| <i>Content, Organisation and Readability</i> | 1.  | <i>This website contains most of my interest material and topics and they are up-to-date.</i>         |
|  | 2.  | <i>I can easily find what I want at this website</i>  |
|  | 3.  | <i>The content of this website is well organised.</i>   |
|  | 4.  | <i>Reading content at this website is easy.</i>   |
|  | 5.  | <i>I am comfortable and familiar with the language used.</i>  |
|  | 6.  | <i>I need not scroll left and right when reading at this website.</i>                                 |
| <i>Navigations and Links</i>                 | 7.  | <i>I can easily know where I am at this website.</i>  |
|  | 8.  | <i>This website provide useful cues and links for me to get the desired information.</i>              |
|  | 9.  | <i>It is easy to move around at this website by using the links or back button of the browser.</i>    |
|  | 10. | <i>The links at this website are well maintained and updated.</i>                                     |
|  | 11. | <i>The website does not open too many new browser windows when I am moving around.</i>                |
|  | 12. | <i>Placement of links or menu is standard throughout the website and I can easily recognise them.</i> |

**Tabel 2.1 Kuesioner WEBUSE per kategori (lanjutan)**

| Kategori                      | No. | Atribut  |
|-------------------------------|-----|--|
| User Interface Design         | 13. | <i>This website's interface design is attractive.</i>  |
|                               | 14. | <i>I am comfortable with the colours used at this website.</i>   |
|                               | 15. | <i>This website contains no feature that irritates me such as scrolling or blinking text and looping animations.</i> |
| User Interface Design         | 16. | <i>This website has a consistent feel and look.</i>  |
|                               | 17. | <i>This website does not contain too many Web advertisements.</i>  |
|                               | 18. | <i>The design of the website makes sense and it is easy to learn how to use it.</i>                                  |
| Performance and Effectiveness | 19. | <i>I need not wait too long to download a file or open a page.</i>   |
|                               | 20. | <i>I can easily distinguish between visited and not-visited links.</i>   |
|                               | 21. | <i>I can access this website most of the time.</i>   |
|                               | 22. | <i>This website responds to my actions as expected.</i>  |
|                               | 23. | <i>It is efficient to use this website.</i>  |
|                               | 24. | <i>This website always provides clear and useful messages when I don't know how to proceed.</i>                      |

Sumber: Chiew dan Salim (2003)

Chiew dan Salim (2003) mendeskripsikan langkah evaluasi sebagai berikut:

1. Pengguna memilih situs web untuk dievaluasi
2. Pengguna menjawab kuesioner evaluasi *usability*
3. Jawaban pengguna dikirim ke server WEBUSE untuk diproses
4. Jawaban pengguna disesuaikan dengan skala penilaian pada tabel 2.2 berikut:

**Tabel 2.2 Skala penilaian dalam kuesioner WEBUSE**

| Option | Strongly Agree | Agree | Fair | Disagree | Strongly Disagree |
|--------|----------------|-------|------|----------|-------------------|
| Merit  | 1.00           | 0.75  | 0.50 | 0.25     | 0.00              |

Sumber: Chiew dan Salim (2003)

5. Nilai rata-rata setiap kategori dianggap sebagai points *usability* masing-masing kategori. Dan nilai rata-rata dari keseluruhan kategori dianggap sebagai points *usability* dari keseluruhan kategori. Berikut pada persamaan (2.1) adalah rumus untuk menghitung rata-rata untuk keseluruhan kategori. Sedangkan pada persamaan (2.2) merupakan rumus untuk menghitung rata-rata per kategori dan keseluruhan dan persamaan (2.3) merupakan rumus untuk menghitung rata-rata per atribut (Chiew dan Salim, 2003):

Rumus menghitung nilai rata-rata untuk keseluruhan kategori

$$x = \frac{\sum \text{Merit untuk setiap kategori}}{\text{jumlah kategori}} \quad (2.1)$$

Rumus menghitung nilai rata-rata per kategori

$$x = \frac{\sum \text{Merit untuk setiap atribut per kategori}}{\text{jumlah atribut per kategori}} \quad (2.2)$$

Rumus menghitung nilai rata-rata per atribut atau atribut

$$x = \frac{\sum \text{Merit setiap atribut per responden}}{\text{jumlah responden}} \quad (2.3)$$

Keterangan:

$x$  = Poin *usability*

$\sum$  = Jumlah

- Menentukan level *usability* berdasarkan points kegunaan. Berikut pada tabel 2.3 merupakan tabel yang digunakan untuk menentukan level *usability*.

**Tabel 2.3 Point *usability* dan level *usability* dalam kuesioner WEBUSE**

| Points, $x$     | $0 \leq x \leq 0.2$ | $0.2 < x \leq 0.4$ | $0.4 < x \leq 0.6$ | $0.6 < x \leq 0.8$ | $0.8 < x \leq 1.0$ |
|-----------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Usability Level | Bad                 | Poor               | Moderate           | Good               | Excellent          |

Sumber: Chiew dan Salim (2003)

Berdasarkan pengujian kuesioner WEBUSE yang dilakukan oleh Chiew dan Salim kepada 40 partisipan untuk 4 situs web (10 partisipan pada masing-masing situs web) dengan menggunakan pengujian kualitatif dan kuantitatif. Dari hasil pengujian kuantitatif dengan menggunakan Koefisien *Cronbach Alpha* dengan nilai rata-rata lebih besar dari 8.0 (0,832, 0,814, 0,834, dan 0,865 untuk masing-masing situs), hal ini berarti bahwa evaluasi adalah handal (Chiew dan Salim, 2003). Dan untuk pengujian kualitatif untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap evaluasi WEBUSE dengan nilai rata-rata umpan balik positif adalah 85,75% yang berarti secara keseluruhan pengguna puas dengan WEBUSE (Chiew dan Salim, 2003).

## 2.7 Hubungan *usability* dengan WEBUSE

Terdapat 20 kriteria *usability* yang merupakan aspek penting dari *usability* situs web. Chiew dan Salim (2003) mengklasifikasikan 20 kriteria *usability* ke dalam empat komponen *usability* pada kuesioner WEBUSE, seperti pada tabel 2.4 sebagai berikut:

Tabel 2.4 Keterkaitan kriteria *usability* dengan komponen *usability* pada WEBUSE

| No | Kriteria <i>Usability</i>                        | Kategori <i>Usability</i>                     |                              |                               |  |
|----|--|---|------------------------------|-------------------------------|--|
|    |  | <i>Content, organization, and readability</i> | <i>Navigati on and links</i> | <i>User interfac e design</i> | <i>Performa nce and effectiven ess</i> |
| 1  | <i>Display space</i>                             | √   |                              | √                             | √                                      |
| 2  | <i>Scroll left and right</i>                     | √   |                              |                               | √                                      |
| 3  | <i>Accessible</i>                                |   |                              |                               | √                                      |
| 4  | <i>Distraction or irritating elements</i>        |   |                              | √                             |  |
| 5  | <i>Orphan page</i>                               |   | √                            |                               |  |
| 6  | <i>Placement anf content of site map or menu</i> |   | √                            |                               |  |
| 7  | <i>Information search</i>                        | √   | √                            |                               | √                                      |
| 8  | <i>Link colours</i>                              |   | √                            | √                             | √                                      |
| 9  | <i>Up-to-date information</i>                    | √   |                              |                               |  |
| 10 | <i>Download time</i>                             |   |                              |                               | √                                      |
| 11 | <i>Back button</i>                               |   | √                            |                               | √                                      |
| 12 | <i>Open new browser windows</i>                  |   | √                            |                               | √                                      |
| 13 | <i>Respond according to user's expectations</i>  |   | √                            |                               | √                                      |
| 14 | <i>Web advertising</i>                           | √   |                              | √                             | √                                      |
| 15 | <i>Follow real world conventions</i>             | √   |                              | √                             | √                                      |
| 16 | <i>Hyperlink description</i>                     | √   | √                            |                               | √                                      |
| 17 | <i>Consistent design</i>                         |   |                              | √                             | √                                      |
| 18 | <i>Use of colour</i>                             |   |                              | √                             |  |
| 19 | <i>Organisation of information</i>               | √   |                              |                               | √                                      |
| 20 | <i>Navigational aids</i>                         |   | √                            |                               | √                                      |

Sumber : Chiew dan Salim (2003)

Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing kategori *usability* (Kasmawi, 2013b):

a. *Content, organization, and readability*

*Content* yang baik adalah *content* yang mudah dipahami oleh pengguna, jelas, dan terorganisir dengan baik (Kasmawi, 2013b). Menurut Leavitt dan Shneiderman (2003 disitasi dalam Kasmawi, 2013b) dinyatakan bahwa situs web yang terorganisir dengan baik dapat memberikan pemahaman yang



cepat bagi pengguna. Sedangkan *readability* situs web menurut Baltzan dan Phillips (2008 disitasi dalam Kasmawi, 2013b) dapat diukur melalui apakah sistem berfungsi dengan benar dan memberikan informasi yang akurat.

b. *Navigation and links.*

Metode yang digunakan untuk mencari dan mengakses informasi dalam situs *web* secara efektif dan efisien untuk membantu pengguna situs web disebut dengan *Navigation* (Kasmawi, 2013b). Sedangkan *links* menurut Leavitt dan Shneiderman (2003 disitasi dalam Kasmawi, 2013b) berfungsi menghubungkan pengguna dengan cara memilih dan mengklik *links* pada halaman *hypertext (homepage)*, yang menyebabkan terbukanya halaman baru. *links* yang baik harus menggunakan teks daripada grafis sehingga mudah dipahami oleh pengguna.

c. *User interface design*

*User interface design* sebuah metode dan prosedur yang membutuhkan pertimbangan dengan baik saat merancang dan mengembangkan situs web (Kasmawi, 2013b). Hal yang penting dalam merancang *user interface design* diantaranya menetapkan tujuan, menentukan pengguna dan menyediakan *content* yang bermanfaat. Berdasarkan Leavitt dan Shneiderman (2003 disitasi dalam Kasmawi, 2013b) dinyatakan bahwa untuk memastikan hasil yang terbaik perlu mempertimbangkan berbagai isu-isu *user interface design* dan unjuk kerja yang baik bagi pengguna.

d. *Performance and effectiveness.*

Menurut Baltzan dan Phillips (2008 disitasi dalam Kasmawi, 2013b), *performance* situs web dapat diukur dengan cara seberapa cepat suatu situs web melakukan proses atau transaksi tertentu sehingga menghasilkan kinerja pengguna yang cepat dan efisien. Sedangkan, *effectiveness* merupakan keberhasilan sebuah situs web menghasilkan informasi yang tepat bagi pengguna (Leavitt dan Shneiderman, 2003 disitasi dalam Kasmawi, 2013b).

## 2.8 Evaluasi

Evaluasi adalah cara untuk mengetahui apakah sistem bekerja, dan merupakan kegiatan yang sedang berlangsung disepanjang siklus hidup, dapat digunakan untuk mencari masalah sebanyak mungkin atau dapat mengukur *performance* dari sistem (Stone dkk, 2005). Teknik evaluasi umumnya menggabungkan beberapa variasi masing-masing fokus area yang disebut dengan elemen, berikut beberapa teknik evaluasi menurut Stone dkk (2005):

- a. *Observe*, mengamati tindakan pengguna selama mengamati antarmuka pengguna.
- b. *Compare*, membandingkan antarmuka pengguna dengan beberapa standar yang *excellent* dan *best practice* seperti daftar persyaratan *usability* yang membuat antarmuka pengguna yang baik.
- c. *Listen*, mendengarkan pendapat pengguna dan pengamat mengenai *usability* antarmuka pengguna. *Listen* dapat berupa informal seperti menanyakan

pendapat seseorang dan mendengarkan apa yang dikatakan orang, atau secara formal seperti mendengarkan melalui rekaman audio atau video, atau secara tidak langsung seperti membaca tanggapan kuesioner.

- d. *Measure*, dalam evaluasi bertujuan untuk mengetahui baik buruknya antarmuka pengguna yang ditampilkan dalam bentuk angka. *Measure* digunakan untuk memperoleh data kuantitatif, seperti waktu yang digunakan pengguna dalam menyelesaikan tugas atau *task*, jumlah *error* yang dilakukan, yang mana diperoleh dengan cara pengukuran.

## 2.9 Antarmuka pengguna (*user interface*)

Antarmuka adalah hal utama yang dilihat oleh pengguna ketika membuka halaman website. Menurut Stone dkk (2005) antarmuka pengguna merupakan bagian dari sistem komputer yang digunakan pengguna dalam berinteraksi untuk melakukan tugas-tugasnya dan mencapai tujuannya.

### 2.10 Situs Web (*website*)

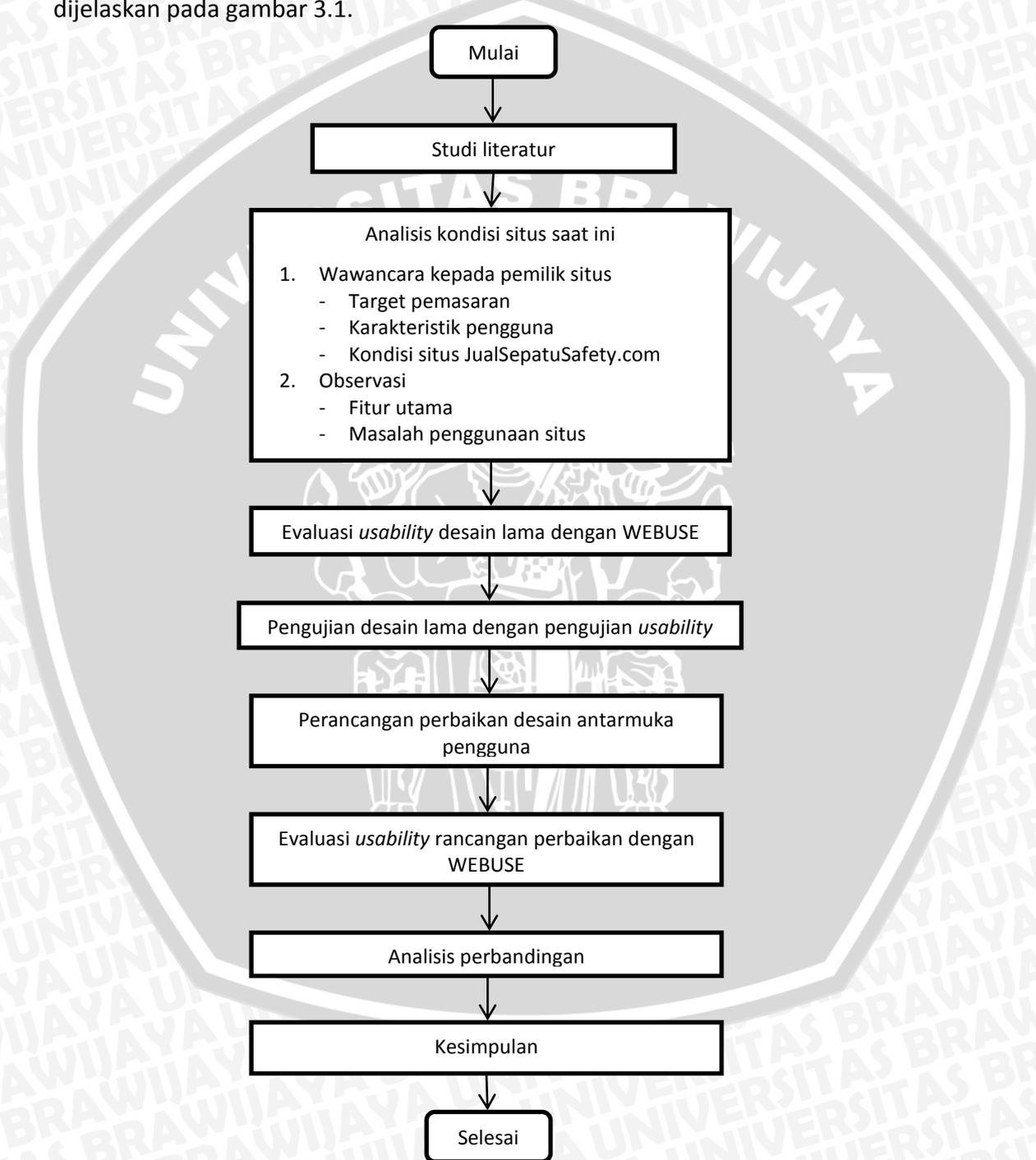
Hidayat (2010) memberikan pengertian situs web sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang berbentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman web dengan halaman web lainnya disebut *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *hypertext* (Hidayat, 2010).

### 2.11 *Usability guidelines*

*Usability guidelines* digunakan untuk memastikan sistem mempunyai *usability* yang baik, terdapat beberapa *usability guidelines* salah satunya adalah *U.S Department of Health & Human Services (HHS)*. HHS mengembangkan penelitian yang berbasis pada desain web dan *usability guidelines*, yang menghasilkan 209 *guidelines*. *Guidelines* dikembangkan untuk membantu orang-orang yang terlibat dalam pengembangan situs web untuk mendasarkan keputusan mereka pada bukti terbaru dan terbaik yang ada. Terdapat beberapa alasan HHS mengembangkan *guidelines* yaitu membuat *guidelines* berdasarkan penelitian terbaru dengan lebih praktis dan dalam format yang mudah digunakan. Membuat *guidelines* yang memungkinkan organisasi untuk membuat keputusan desain yang lebih efektif yaitu dengan adanya "*relative importance*" dan "*strength of evidence*". Untuk mengarahkan penelitian ke bagian-bagian yang memiliki pengaruh terbesar dalam pembuatan situs web yaitu dengan adanya "*strength of evidence*". Berdasarkan pendapat Bevan dan Spinhof (2007 disitasi dalam Petrie dan Bevan, 2009) dinyatakan bahwa meskipun tidak ada seperangkat pedoman yang benar-benar lengkap atau menyeluruh, pedoman HHS terlihat lebih lengkap dan lebih mudah digunakan daripada setara standar ISO 9241-151.

### BAB 3 METODOLOGI

Bab menjelaskan mengenai prosedur dan tahapan kegiatan penelitian yang dilakukan. Tahapan dimulai dari studi literatur, analisis kondisi situs saat ini, evaluasi *usability* awal, perancangan perbaikan desain, evaluasi *usability* rancangan perbaikan, analisis perbandingan, dan penarikan kesimpulan yang dijelaskan pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram alur metodologi penelitian



### 3.1 Studi literatur

Studi literatur digunakan untuk mempelajari berbagai referensi yang terkait dengan topik penelitian. Studi literatur dilakukan dengan mempelajari berbagai referensi dari buku, jurnal, skripsi, thesis dan artikel maupun hasil penelitian yang diperoleh dari internet. Studi literatur yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu sebagai berikut:

- Situs web JualSepatuSafety.com
- Pengujian usability
- Kuesioner WEBUSE

### 3.2 Analisis kondisi situs saat ini

#### 3.2.1 Wawancara kepada pemilik situs web JualSepatuSafety.com

Wawancara dilakukan dengan pemilik situs JualSepatuSafety.com yang bertujuan untuk mengetahui target pemasaran dan karakteristik pengguna situs serta kondisi situs. Target pemasaran dan karakteristik pengguna digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini. Berikut pada tabel 3.1 merupakan hasil ringkasan wawancara dengan pemilik situs JualSepatuSafety.com yang terdapat pada lampiran A.1.

**Tabel 3.1 Hasil ringkasan wawancara dengan pemilik situs**

| Poin                       | Hasil wawancara   |
|----------------------------|---|
| Tujuan situs               | Sebagai media penjualan dan promosi produk  |
| Target pemasaran           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perusahaan besar dan instansi pemerintahan, membeli produk dalam jumlah banyak.</li> <li>- Konsumen perorangan, konsumen yang tidak terikat dengan instansi. Membeli produk untuk kepentingan pribadi.</li> </ul>  |
| Target pengguna perorangan | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kategori produk (Fathoni, 2016)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), untuk pekerja dengan lingkungan berisiko</li> <li>- Produk <i>non-safety</i>, untuk masyarakat umum</li> </ul> </li> <li>2. Pengguna berusia 20-45 tahun</li> </ol> |
| Kondisi situs              | Dari target pemasaran yang ada, kebanyakan yang menjadi konsumen pada situs JualSepatuSafety.com adalah perusahaan besar dan instansi pemerintahan. Sedangkan untuk konsumen perorangan masih sedikit.  |

#### 3.2.2 Observasi

Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan mencoba situs secara langsung. Observasi bertujuan untuk menemukan masalah-masalah *usability* situs berdasarkan persepsi peneliti dan mengetahui fitur utama situs yang digunakan untuk menentukan tugas dalam pengujian usability. Hasil observasi yaitu sebagai berikut:

1. Fitur utama pada situs JualSepatuSafety.com adalah melihat produk, fitur pencarian produk, pemesanan melalui sistem, cara pemesanan, informasi profil perusahaan, informasi artikel terbaru dan daftar promo produk.
2. Terdapat beberapa masalah terkait *usability* situs JualSepatuSafety.com yaitu seperti berikut:
  - Tidak ada perbedaan warna tautan untuk tautan yang sudah maupun belum dikunjungi.
  - Terlalu banyak informasi yang ditampilkan pada halaman beranda, sehingga untuk melihat semua informasi harus melakukan *scrolling* yang panjang ke bagian bawah halaman situs web.

### 3.3 Evaluasi *usability* desain lama dengan kuesioner WEBUSE

Kuesioner WEBUSE dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui tingkat *usability* situs JualSepatuSafety.com. Kuesioner WEBUSE terdiri dari 24 atribut seperti yang terdapat pada lampiran B.1, kuesioner dalam penelitian ini berbasis kuesioner *online* dengan menggunakan aplikasi *google form*.

Kuesioner akan diberikan kepada 30 responden seperti yang diungkapkan oleh Cohen, et.al, (2007 disitasi dalam Lestari, 2014) semakin besar sampel dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel. Ukuran sampel yang kecil namun representatif jauh lebih baik dibanding jumlah sampel yang banyak namun bias (Wardhani, 2009). Dalam menentukan sample dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

*Purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Margono (2004:128 disitasi dalam Dahlan, 2015), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. *Purposive sampling* dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada pengguna yang berpotensi mengakses situs JualSepatuSafety.com, dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Kategori produk (Fathoni, 2016):
  - Produk Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), untuk pekerja dengan lingkungan berisiko
  - Produk *non-safety*, untuk masyarakat umum
2. Pengguna berusia 20-45 tahun
3. Masuk kategori aktif internet

Berdasarkan karakteristik sampel diatas kelompok mahasiswa dinilai sesuai untuk merepresentasikan pengguna situs dengan beberapa alasan. Kelompok mahasiswa dipilih karena mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat umum

yang mewakili pengguna produk *non-safety* dan masuk ke dalam kategori usia konsumen perorangan. Sedangkan untuk pengguna pada kategori produk K3 tidak dimasukkan dalam pengambilan sampel karena keterbatasan peneliti dalam pengambilan data dari pengguna yang berprofesi sebagai pekerja pada lingkungan yang berisiko. Hal ini disadari penulis akan menjadi keterbatasan dalam menggeneralisasi hasil penelitian. Akan tetapi, beberapa pertimbangan tetap dilakukan dalam mengikut sertakan mahasiswa yaitu:

1. Mahasiswa masuk kedalam usia pengguna internet terbanyak dengan rentang usia dibawah 18-25 tahun (PUSKAKOM, 2015).
2. Alur penggunaan sistem untuk produk K3 dan *non-safety* sama, yaitu meliputi alur pencarian produk tertentu, pemesanan produk, pendaftaran promo produk, pencarian produk terbaru, dan pencarian produk diskon.

### 3.3.1 Perancangan kuesioner

Dalam penyusunan kuesioner terdiri dari beberapa bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagian identitas diri responden, digunakan untuk mengetahui data diri responden yaitu nama, usia dan jenis kelamin yang digunakan untuk mengidentifikasi responden yang sesuai dengan karakteristik pengguna.
2. Bagian penggunaan internet, digunakan untuk mengetahui seberapa sering responden menggunakan internet, hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi responden yang masuk ke dalam kategori pengguna aktif internet. Untuk menentukan kategori pengguna aktif internet dilihat dari frekuensi penggunaan internet, yaitu pengguna sering atau setiap hari menggunakan internet.
3. Bagian kuesioner WEBUSE, digunakan untuk mengetahui tingkat *usability* situs web saat ini.

### 3.3.2 Tahapan evaluasi *usability* menggunakan kuesioner WEBUSE

Terdapat beberapa tahapan dalam evaluasi *usability* menggunakan kuesioner WEBUSE, yaitu sebagai berikut:

1. Meminta responden untuk melihat situs JualSepatuSafety.com.
2. Meminta responden untuk mengisi kuesioner sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada situs web JualSepatuSafety.com.
3. Melakukan perhitungan tingkat *usability* situs web berdasarkan penilaian dari responden dengan menggunakan persamaan (2.1) dan (2.2).

### 3.4 Pengujian desain lama dengan pengujian *usability*

Pengujian *usability* bertujuan untuk mengetahui ketercapaian tugas, waktu ketercapaian tugas, kecenderungan pengguna dalam mengerjakan tugas, dan untuk mengetahui masalah yang muncul dalam pengerjaan tugas. Pengujian

usability diberikan kepada lima orang partisipan yang menjadi responden pada evaluasi usability dengan WEBUSE secara acak.

Sebelum memulai pengujian usability penguji akan menjelaskan bahwa pengujian bertujuan untuk mengukur kemampuan sistem dalam membantu menyelesaikan tugas bukan kemampuan partisipan dalam menyelesaikan tugas. Hal tersebut dilakukan agar partisipan tidak tertekan pada saat pengujian berlangsung. Selama tes tugas berlangsung penguji tidak diijinkan menjawab pertanyaan partisipan yang mengarah pada cara pengerjaan tugas. Dalam pengujian usability terdiri dari beberapa tahapan yaitu menentukan tugas, mengujikan tugas dan yang terakhir adalah wawancara.

### 3.4.1 Menentukan tugas

Sebelum membuat tugas dalam pengujian usability, akan dilakukan observasi dengan mencoba situs web secara langsung untuk mengetahui fitur utama situs JualSepatuSafety.com. Dari hasil observasi yang telah dilakukan, dapat dirumuskan ke dalam 7 tugas dalam pengujian usability beserta tujuan dan kriteria keberhasilan penyelesaian tugas yang terdapat pada tabel 3.2.

**Tabel 3.2 Daftar tugas dalam pengujian usability**

| No. | Tugas  | Tujuan  | Kriteria keberhasilan   |
|-----|--|---|---|
| 1.  | Memesan sepatu tertentu melalui sistem (keranjang belanja).                                | Mengidentifikasi kemudahan melakukan pemesanan produk melalui sistem (keranjang belanja).                           | Menampilkan tombol "kirim form order".  |
| 2.  | Mencari produk terbaru.  | Mengidentifikasi kemudahan dalam mencari katalog produk sepatu terbaru.   | Menampilkan produk terbaru.   |
| 3.  | Mencari informasi atau artikel terbaru.  | Mengidentifikasi kemudahan dalam mencari informasi atau artikel terbaru.  | Menampilkan informasi atau artikel terbaru.   |
| 4.  | Cari sepatu dengan merek "Aetos Mercury Wheat" dalam kategori produk "Sepatu Safety AETOS" | Mengidentifikasi kemudahan pencarian sepatu dengan jenis dan merek tertentu sesuai dengan perintah penguji.         | Menampilkan informasi detail sepatu dengan jenis dan merek tertentu sesuai dengan perintah penguji. |
| 5.  | Mencari informasi produk diskon.   | Mengidentifikasi kemudahan untuk mencari informasi produk diskon  | Menampilkan informasi produk diskon.  |
| 6.  | Cari cara untuk memperoleh informasi promo produk. Setelah itu kembali ke menu sebelumnya. | Mengidentifikasi kemudahan untuk mendapatkan informasi promo produk dan kemudahan untuk kembali ke menu sebelumnya. | Menampilkan pesan berhasil mendaftar dan berhasil kembali ke menu sebelumnya.                       |
| 7.  | Mencari informasi alamat perusahaan.   | Mengidentifikasi kemudahan mencari informasi alamat perusahaan.   | Menampilkan informasi alamat perusahaan.  |

### 3.4.2 Mengujian tugas

Tujuan dan perangkat yang digunakan dalam mengujian tugas dijelaskan pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3 Instrumen Tugas dalam Pengujian usability**

| Data         | Keterangan  |
|--------------|---|
| Instrumen    | Tugas dalam Pengujian usability   |
| Jumlah tugas | 7 tugas   |
| Tujuan       | Untuk mengetahui masalah <i>usability</i> .   |
| Pengukuran   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui ketercapaian tugas</li> <li>2. Mengukur waktu ketercapaian tugas</li> <li>3. Kecenderungan pengguna dalam menggunakan sistem</li> <li>4. Mengetahui masalah yang muncul dalam pengerjaan tugas</li> </ol>  |
| Alat         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komputer dengan spesifikasi berikut: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Processor : Intel core i3</li> <li>- Memory : 2 GB</li> <li>- Screen Monitor : 14 inchi</li> </ul> </li> <li>2. Perangkat lunak yang digunakan: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Web browser</i> : Google Chrome</li> <li>- <i>Operating System</i> : Windows 8.0</li> <li>- Alat perekam layar</li> </ul> </li> </ol> |

### 3.4.3 Wawancara

Wawancara yang dilakukan setelah partisipan selesai mengerjakan tugas yang telah diberikan. Wawancara bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan secara lebih jelas mengenai kendala-kendala yang dialami pengguna ketika mengerjakan tugas dan saran perbaikan untuk mengurangi kendala-kendala yang ada. Instrumen yang digunakan dalam wawancara pada pengujian usability terdapat pada tabel 3.4, sedangkan daftar pertanyaan wawancara terdapat pada tabel 3.5.

**Tabel 3.4 Instrumen wawancara pada pengujian usability**

| Data        | Keterangan  |
|-------------|---|
| Instrumen   | Wawancara terstruktur   |
| Pelaksanaan | Sesudah mengerjakan tugas   |
| Tujuan      | Menggali informasi lebih mendalam terkait permasalahan-permasalahan atau kesulitan yang dialami pengguna ketika berinteraksi dengan sistem dengan bertanya kepada partisipan secara langsung. |

Tabel 3.5 Daftar pertanyaan wawancara pada pengujian usability

| Poin | Pertanyaan  |
|------|---|
| 1.   | Adakah kendala atau permasalahan ketika mengerjakan tugas? Jika ada bagian mana?      |
| 2.   | Saran perubahan antarmuka agar mengurangi tingkat kesulitan dalam menggunakan sistem? |

Kendala atau permasalahan yang diperoleh dari pengujian usability akan dikelompokkan kedalam empat kategori kuesioner WEBUSE, yaitu: *content, organization, and readability; navigation and links; user interface design; dan performance and effectiveness.*

### 3.5 Perancangan perbaikan desain antarmuka pengguna

Rancangan perbaikan antarmuka situs web JualSepatuSafety.com berfokus pada hasil analisis dengan mengidentifikasi kendala-kendala atau permasalahan yang dialami pengguna ketika mengerjakan tugas. Dari hasil analisis masalah usability akan dilakukan perbaikan dengan berdasar pada *guidelines* HHS. Perubahan antarmuka ini dimulai dari pemilihan fitur, desain dan tata letak konten yang sesuai dengan hasil identifikasi masalah. Perubahan antarmuka dibuat dalam bentuk *prototype*.

### 3.6 Evaluasi usability rancangan perbaikan dengan WEBUSE

Evaluasi usability perbaikan rancangan situs web ini dilakukan untuk mengetahui tingkat usability situs web setelah dilakukan perbaikan. Dengan melakukan pengujian ini maka akan diketahui apakah rancangan antarmuka perbaikan yang telah dibuat dapat meningkatkan nilai usability situs web atau tidak. Pengujian perbaikan ini meliputi kuesioner WEBUSE yang juga digunakan pada evaluasi awal. Namun pesan pembuka pada kuesioner WEBUSE yang digunakan untuk evaluasi usability perbaikan rancangan sedikit berbeda dengan yang digunakan pada evaluasi awal, hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada responden bahwa situs web yang dinilai masih berupa *prototype* seperti pada lampiran B.2.

Dalam menentukan teknik *sampling* dan jumlah sampel didasarkan pada kuesioner WEBUSE pada evaluasi usability awal, yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dan dengan jumlah sampel sebesar 30 responden. Perhitungan hasil kuesioner WEBUSE dengan menggunakan persamaan (2.1) dan (2.2).

### 3.7 Analisis perbandingan

Analisis dilakukan dengan membandingkan nilai *usability* situs dari hasil kuesioner WEBUSE sebelum dan sesudah dilakukan perubahan antarmuka pengguna. Berikut merupakan tahapan analisis perbandingan:

1. Menghitung nilai *usability* situs JualSepatuSafety.com saat ini dari hasil kuesioner WEBUSE per atribut dan per kategori.
2. Setelah dilakukan rancangan perbaikan situs, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi *usability* rancangan perbaikan dengan menggunakan kuesioner WEBUSE.
3. Menghitung nilai *usability* hasil kuesioner WEBUSE per atribut dan per kategori.
4. Menganalisis perbandingan nilai *usability* per atribut kuesioner WEBUSE pada desain lama dan desain baru hasil rancangan perbaikan.
5. Menganalisis perbandingan nilai *usability* per kategori kuesioner WEBUSE pada desain lama dan desain baru hasil rancangan perbaikan.

Analisis perbandingan bertujuan untuk mengetahui apakah dengan dilakukan perubahan antarmuka pengguna akan meningkatkan nilai *usability* situs web JualSepatuSafety.com.

### 3.8 Kesimpulan dan saran

Tahap ini merupakan tahap akhir dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan diambil berdasarkan hasil evaluasi *usability* awal situs JualSepatuSafety.com, hasil evaluasi *usability* perbaikan rancangan, dan hasil perbandingan evaluasi *usability* awal dan perbaikan rancangan. Kesimpulan mengacu pada tujuan penelitian yaitu apakah hasil dari evaluasi awal situs JualSepatuSafety.com dengan menggunakan metode kuesioner WEBUSE dan pengujian *usability*, bagaimana rancangan perbaikan antarmuka situs, apakah hasil dari evaluasi rancangan perbaikan, dan bagaimana hasil perbandingan nilai *usability* situs awal dengan rancangan perbaikan. Saran merupakan pendapat peneliti berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, yang dapat digunakan sebagai bahan pengembangan situs maupun menjadi penyempurnaan untuk penelitian selanjutnya.

## BAB 4 EVALUASI AWAL DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil pengumpulan data pada tahap evaluasi awal terhadap sistem yang ada dengan menggunakan metode pengujian usability dan menggunakan kuesioner WEBUSE yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan identifikasi masalah hingga perancangan *prototype* desain baru yang dibuat oleh peneliti. Hasil tersebut akan diuraikan pada sub bab berikut ini:

### 4.1 Evaluasi *usability* awal

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi identifikasi masalah *usability* pada situs web JualSepatuSafety.com dengan menggunakan kuesioner WEBUSE dan metode pengujian usability.

#### 4.1.1 Evaluasi *usability* desain lama dengan menggunakan kuesioner WEBUSE

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner WEBUSE kepada 30 responden. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang merupakan bagian dari masyarakat umum yang mewakili pengguna produk *non-safety*, dan masuk ke dalam usia kelompok pengguna aktif internet serta kelompok pengguna perorangan.

Dari hasil kuesioner WEBUSE diketahui bahwa 100% responden sering mengakses internet sehingga dapat dimasukkan ke dalam kategori pengguna aktif internet. Responden adalah mahasiswa dengan rentang usia 20-25 tahun sebagai perwakilan pengguna perorangan dan pengguna produk *non-safety*. Berikut ini merupakan contoh perhitungan rata-rata hasil kuesioner per kategori dan secara keseluruhan pada kuesioner WEBUSE, sedangkan untuk rincian hasil keseluruhan kuesioner WEBUSE pada tahap evaluasi awal terdapat pada lampiran C.1.

##### 1. Perhitungan nilai *usability* kategori *Navigation and Links*

Merit untuk setiap atribut pada kategori *Navigation and Links* dihitung dengan menggunakan persamaan (2.3) seperti pada gambar 4.1.

$$x = \frac{\sum \text{Merit setiap atribut per responden}}{\text{jumlah responden}}$$

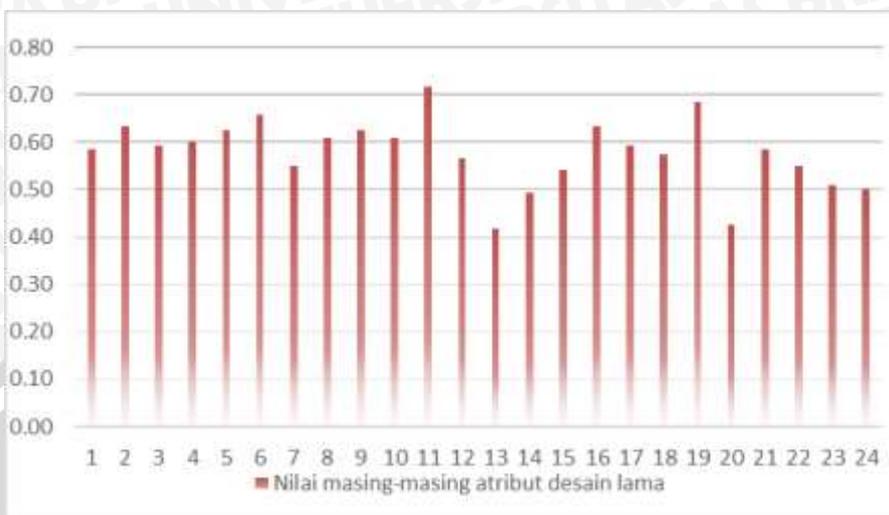
$$x = \frac{17.50}{30}$$

$$x = 0.58$$

**Gambar 4.1** Contoh perhitungan nilai *usability* desain lama untuk atribut 1 pada kategori *navigation and links*

Dari gambar 4.1 dapat diketahui bahwa nilai *usability* pada atribut 1 pada kategori *navigation and links* adalah 0.58 yang masuk dalam tingkat *moderate* dan masih dibawah tingkat *excellent* dan *good*. Hasil perhitungan

*usability* desain lama untuk masing-masing atribut dapat dilihat pada gambar 4.2. Sedangkan hasil perhitungan *usability* per kategori dapat dilihat pada tabel 4.1.



**Gambar 4.2** Nilai *usability* desain lama untuk masing-masing atribut

Perhitungan nilai *usability* pada kategori *Navigation and Links* dihitung dengan menggunakan persamaan (2.2) seperti pada gambar 4.3.

$$x = \frac{\sum \text{Merit untuk setiap atribut per kategori}}{\text{jumlah atribut per kategori}}$$

$$x = \frac{0.58 + 0.63 + 0.59 + 0.60 + 0.63 + 0.66}{6}$$

$$x = 0.62$$

**Gambar 4.3** Contoh perhitungan nilai *usability* desain lama pada kategori *navigation and links*

Dari gambar 4.3 dapat diketahui bahwa nilai *usability* pada kategori *navigation and links* adalah 0.62 yang masuk dalam tingkat *good*.

**Tabel 4.1** Hasil perhitungan *usability* per kategori WEBUSE

| Kriteria                                      | Point | Tingkat Usability |
|---|-------|-------------------|
| <i>Content, Organization, and Readability</i> | 0.62  | Good              |
| <i>Navigation and Links</i>                   | 0.61  | Good              |
| <i>User Interface Design</i>                  | 0.54  | Moderate          |
| <i>Performance and Effectiveness</i>          | 0.54  | Moderate          |

2. Perhitungan *usability* keseluruhan kategori.

Perhitungan nilai *usability* keseluruhan kategori dihitung dengan menggunakan persamaan (2.1) seperti pada gambar 4.4.

$$x = \frac{\sum \text{Merit untuk setiap kategori}}{\text{jumlah kategori}}$$
$$x = \frac{0.62 + 0.61 + 0.54 + 0.54}{4}$$
$$x = 0.58 \text{ (Moderate)}$$

Gambar 4.4 Contoh perhitungan nilai *usability* desain lama secara keseluruhan

Dari gambar 4.4 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai *usability* secara keseluruhan dari situ JualSepatuSafety.com adalah *moderate*. Sehingga nilai *usability* masih di bawah tingkat *good* dan *excellent*, hal ini kemungkinan dikarenakan adanya kendala-kendala atau permasalahan yang dialami pengguna ketika menggunakan sistem. Untuk mengetahui kendala-kendala atau permasalahan secara lebih jelas yaitu dengan menggunakan pengujian *usability*.

#### 4.1.2 Evaluasi *usability* desain lama dengan menggunakan pengujian *usability*

Pengujian *usability* dilakukan dengan memberikan 7 tugas yang terdapat pada tabel 3.3 kepada 5 partisipan yang telah dipilih secara acak. Setelah partisipan selesai mengerjakan tugas, akan dilakukan wawancara terkait pertanyaan yang terdapat pada tabel 3.5. Dalam pengerjaan tugas oleh partisipan dilakukan perhitungan waktu pengerjaan tugas setiap partisipan dan rata-rata waktu pengerjaan tugas seluruh partisipan yang terdapat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil perhitungan waktu pengerjaan tes tugas oleh setiap partisipan

| Partisipan       | Tugas 1 | Tugas 2 | Tugas 3 | Tugas 4 | Tugas 5 | Tugas 6 | Tugas 7 |
|------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Sumini           | 107.59  | 41.13   | 23.49   | 16.91   | 19.24   | 65.36   | 27.49   |
| Retno            | 139.39  | 31.54   | 25.02   | 25.98   | 8.86    | 56.58   | 58.64   |
| Permata          | 281.74  | 31.16   | 12.78   | 47.26   | 34.02   | 85.23   | 33.08   |
| Lidya            | 182.55  | 52.26   | 60.78   | 30.4    | 65.5    | 137.73  | 70.53   |
| Anita            | 88.9    | 61.7    | 26.16   | 30.38   | 148.46  | 52.41   | 27.87   |
| <b>Rata-rata</b> | 160.034 | 43.558  | 29.646  | 30.186  | 55.216  | 79.462  | 43.522  |

Hasil perhitungan waktu pengerjaan tes tugas pada tugas 1 yaitu melakukan pemesanan sepatu melalui sistem terdapat 2 responden yang waktu pengerjaannya melebihi rata-rata yaitu partisipan yang tidak mengetahui langkah

selanjutnya yang harus dilakukan, sehingga kedua partisipan memerlukan waktu lebih banyak untuk mengetahui tindakan yang harus dilakukan selanjutnya. Pada tugas 2 terdapat 1 partisipan yang memerlukan waktu pengerjaan tugas melebihi rata-rata hal ini dikarenakan letak produk terbaru yang tercampur dengan kategori produk lain dan memerlukan scroll panjang ke bawah. Terdapat 1 partisipan yang memerlukan waktu pengerjaan melebihi rata-rata pada tugas 3 hal ini dikarenakan letak artikel terbaru berada pada halaman paling bawah sehingga memerlukan scroll panjang ke bawah. Pada tugas 5 terdapat 1 partisipan yang memerlukan waktu pengerjaan melebihi rata-rata, hal ini dikarenakan informasi diskon diletakkan pada bagian informasi terbaru yang terletak pada halaman paling bawah. Pada tugas 6 terdapat 2 responden yang memerlukan waktu pengerjaan melebihi rata-rata, hal ini dikarenakan responden kesulitan untuk kembali ke menu sebelumnya. Sedangkan pada tugas 7 terdapat 1 partisipan yang melebihi waktu rata-rata pengerjaan tugas, hal ini dikarenakan letak alamat perusahaan terletak pada bagian paling bawah halaman.

Hasil wawancara masalah atau kendala-kendala dan saran dari partisipan terkait situs JualSepatuSafety.com yang dilakukan setelah mengerjakan tugas terdapat pada lampiran A.2. Berikut pada tabel 4.3 merupakan ringkasan hasil wawancara dengan partisipan:

**Tabel 4.3 Ringkasan hasil wawancara kendala dan saran perbaikan kepada partisipan**

| No. | Kendala   | Saran Perbaikan  | Jumlah Partisipan |
|-----|---|--|-------------------|
| 1.  | Tidak adanya informasi ukuran sepatu pada formulir pemesanan melalui keranjang belanja.   | Penambahan kolom untuk menginput ukuran sepatu pada formulir pemesanan produk melalui keranjang belanja.   | 4                 |
| 2.  | Tidak ada pesan konfirmasi apakah setelah menekan tombol tambah ke keranjang belanja barang sudah dimasukkan ke keranjang belanja atau belum, dan ikon keranjang belanja terlalu kecil sehingga kurang terlihat oleh pengguna, sehingga pengguna kebingungan harus melakukan apa ketika selesai berbelanja. | Setelah menambah barang ke keranjang belanja seharusnya ada pesan konfirmasi barang telah ditambahkan dan konfirmasi untuk melanjutkan belanja atau selesai belanja. Ikon keranjang belanja diperbesar dan diberi keterangan keranjang anda. | 5                 |
| 3.  | Kebiasaan tombol submit biasanya diletakkan dibawah formulir, dan jika diletakkan diatas akan menyulitkan pengguna jika formulir terlalu panjang sehingga pengguna harus scroll ke atas lagi untuk melakukan submit pada formulir pemesanan melalui keranjang belanja.                                      | Meletakkan tombol submit atau tombol lanjutkan dibagian bawah formulir pemesanan melalui keranjang belanja.  | 4                 |

**Tabel 4.3 Ringkasan hasil wawancara kendala dan saran perbaikan kepada partisipan (lanjutan)**

| No. | Kendala  | Saran Perbaikan   | Jumlah Partisipan |
|-----|--|---|-------------------|
| 4.  | Tidak adanya informasi mengenai tata cara pemesanan dan pembayaran untuk pemesanan melalui keranjang belanja.  | Menambah informasi cara pemesanan dan pembayaran melalui keranjang belanja pada menu cara pemesanan.  | 5                 |
| 5.  | Pada halaman detail produk pada produk yang "ready" tidak ada informasi mengenai ukuran dan warna produk yang tersedia.  | Pada halaman detail produk pada produk yang "Ready" seharusnya diberikan keterangan mengenai ukuran dan warna produk yang tersedia apa saja.  | 3                 |
| 6.  | Informasi kontak yang ada pada header, pengguna merasa terganggu dengan tulisan kontak yang terlalu banyak diulang pada halaman web menyebabkan pengguna kebingungan apakah informasi kontak tersebut sama atau berbeda. Selain itu, adanya informasi keseluruhan produk menyebabkan tampilan terlihat penuh dan kurang menarik. | Sebaiknya no telepon diletakkan pada menu Tentang Kami, dan pada beranda sebaiknya memuat halaman produk terbaru saja, untuk keseluruhan produk diletakkan pada menu Produk.  | 5                 |
| 7.  | <i>Slideshow</i> dianggap tidak begitu penting dan mengganggu.   | Sebaiknya <i>slideshow</i> diletakkan header atau diatas menu.  | 1                 |
| 8.  | <i>Slideshow</i> terlalu banyak sehingga memenuhi tampilan situs web pada bagian atas.   | Sebaiknya <i>slideshow</i> dibuat satu saja sehingga tidak membuat pengguna kebingungan.  | 5                 |
| 9.  | Kesulitan mencari informasi produk terbaru karena harus melakukan <i>scrolling</i> panjang kebawah, umumnya ketika membuka situs web akan langsung menampilkan produk terbaru pada bagian atas halaman.  | Produk terbaru diletakkan pada bagian atas dibawah <i>slideshow</i> dan pada menu produk dibuat dropdown produk terbaru, produk diskon. Pada menu beranda sebaiknya tidak perlu menampilkan semua kategori produk, hanya produk terbaru, artikl terbaru, produk diskon. | 5                 |
| 10. | Tidak adanya keterangan pada kolom untuk melakukan pencarian, pengguna tidak tahu harus menginputkan kata kunci apa.   | Memberi keterangan apa yang harus diinputkan pada kolom pencarian.  | 4                 |

**Tabel 4.3 Ringkasan hasil wawancara kendala dan saran perbaikan kepada partisipan (lanjutan)**

| No. | Kendala   | Saran Perbaikan  | Jumlah Partisipan |
|-----|---|--|-------------------|
| 11. | Terlalu banyak kolom <i>search</i> .  | Sebaiknya salah satu kolom <i>search</i> dihilangkan, dan lebih baik hanya menggunakan kolom <i>search</i> yang terdapat pada <i>header</i> .  | 5                 |
| 12. | Kategori produk terlalu banyak dan memerlukan <i>scroll</i> panjang kebawah, sehingga berhubung letak formulir pendaftaran promo produk letaknya dibawah kategori sehingga untuk mendaftar harus <i>scroll</i> panjang kebawah.   | Kategori produk hanya diletakkan pada menu produk tidak pada setiap menu, sehingga formulir pendaftaran untuk mendapat promo diletakkan pada <i>layout</i> sebelah kiri atas disamping <i>slideshow</i> agar langsung terlihat ketika membuka situs web. | 5                 |
| 13. | Kesulitan kembali ke menu sebelumnya setelah mendaftar untuk mendapatkan promo produk karena halaman dialihkan ke link lain dan tidak terdapat tombol untuk kembali ke beranda.   | Setelah berhasil mendaftar seharusnya ada tombol untuk kembali ke beranda.   | 5                 |
| 14. | Informasi diskon yang diletakkan pada artikel, kebanyakan pengguna tidak beranggapan jika informasi tersebut akan diletakkan pada artikel. Selain itu menu diskon yang diletakkan pada <i>slideshow</i> juga kurang begitu diperhatikan oleh pengguna karena perubahan gambar yang terlalu cepat. | Diskon seharusnya diletakkan pada produk diskon tersendiri tidak digabung dengan artikel, dan waktu perubahan gambar pada <i>slideshow</i> sebaiknya diperlambat.  | 5                 |
| 15. | Menu Blog berisi informasi artikel dan produk terbaru sehingga istilah Blog dinilai pengguna kurang sesuai dengan isi atau konten yang ada di dalamnya.   | Mengganti nama menu Blog sesuai dengan informasi yang ada didalamnya, sebaiknya produk terbaru diletakkan pada menu produk (dibuat <i>dropdown</i> ) dan pada menu beranda.  | 5                 |
| 16. | Alamat perusahaan yang diletakkan dibawah deskripsi perusahaan yang panjang, sehingga harus melakukan <i>scroll</i> panjang kebawah untuk mengetahui alamat perusahaan.   | Meletakkan informasi alamat perusahaan pada bagian samping deskripsi perusahaan pada menu profil.  | 5                 |

**Tabel 4.3 Ringkasan hasil wawancara kendala dan saran perbaikan kepada partisipan (lanjutan)**

| No. | Kendala   | Saran Perbaikan   | Jumlah Partisipan |
|-----|---|---|-------------------|
| 17. | Alamat perusahaan yang diletakkan dibawah deskripsi perusahaan yang panjang, sehingga harus melakukan <i>scroll</i> panjang ke bawah untuk mengetahui alamat perusahaan | Sebaiknya alamat perusahaan diletakkan dibawah logo perusahaan pada <i>header</i> .   | 1                 |
| 18. | Terlalu banyak menu pada bagian header, sebaiknya menu yang sejenis dijadikan satu.   | Menggabungkan menu <i>Tender</i> , <i>Supplier</i> dan <i>Reseller</i> pada satu menu karena mempunyai fungsi yang hampir sama yaitu berisi informasi tata cara menjadi <i>Tender</i> , <i>Supplier</i> dan <i>Reseller</i> . | 5                 |
| 19. | Pada menu beranda terlalu banyak gambar produk.   | Pada menu beranda sebaiknya berisi informasi yang mencerminkan perusahaan.  | 5                 |
| 20. | Nomor rekening diletakkan disemua tampilan sehingga membuat tampilan situs web kurang menarik.  | Sebaiknya nomor rekening diletakkan pada menu cara pemesanan saja.  | 5                 |

Hasil dari pengujian usability akan dianalisis pada setiap tugas dengan melihat waktu penyelesaian tugas dan hasil wawancara yang dilakukan setelah mengerjakan tugas terkait kendala-kendala dan saran perbaikan dari partisipan sebagai berikut:

#### 4.1.2.1 Bagian Tugas 1

Pada tugas 1 menguji terkait bagaimana pengguna dapat melakukan pemesanan produk melalui sistem. Berikut ini pada tabel 4.4 merupakan waktu penyelesaian tugas oleh masing-masing partisipan.

**Tabel 4.4 Waktu pengerjaan tugas 1**

| Partisipan       | Tugas 1 |
|------------------|---------|
| Sumini           | 107.59  |
| Retno            | 139.39  |
| Permata          | 281.74  |
| Lidya            | 182.55  |
| Anita            | 88.9    |
| <b>Rata-rata</b> | 160.034 |

Pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa terdapat 2 partisipan yang memerlukan waktu melebihi rata-rata ketika melakukan pemesanan produk

melalui sistem. Dari hasil pengamatan terhadap partisipan ketika mengerjakan tes menunjukkan bahwa partisipan tidak mengetahui bahwa produk yang ingin dipesan telah ditambahkan dalam keranjang belanja, hal ini dikarenakan pesan notifikasi jika barang sudah ditambahkan tidak langsung terlihat ketika diklik tombol “tambah ke keranjang” dan pesan notifikasi hanya terlihat beberapa detik. Partisipan juga mengalami kesulitan menentukan langkah selanjutnya setelah berhasil menambahkan produk ke dalam keranjang belanja, terdapat 1 partisipan yang melihat menu cara pemesanan untuk mengetahui langkah selanjutnya namun pada menu cara pemesanan tidak terdapat konten cara pemesanan melalui sistem. Selain itu, ikon yang menunjukkan keranjang belanja tidak begitu terlihat oleh partisipan dan kurang adanya keterangan yang menunjukkan bahwa ikon tersebut mengarah ke produk yang sudah dimasukkan ke keranjang belanja.

Setelah dilakukan wawancara terkait masalah atau kendala partisipan pada pengerjaan tugas 1, terdapat 3 partisipan yang berpendapat bahwa ikon keranjang belanja kurang begitu jelas serta keterangan tombol “keranjang” kurang mencerminkan konten yang ada didalamnya, selain itu terdapat 5 partisipan yang berpendapat dengan adanya informasi kontak pada *header* juga membuat ikon keranjang belanja kurang begitu terlihat. Tombol “Selanjutnya” dan “Kembali” yang terdapat pada formulir pemesanan terletak dibagian atas, hal ini dinilai 4 partisipan tidak sesuai dengan kebiasaan pengguna karena umumnya tombol submit dipilih ketika pengguna selesai mengisi formulir pemesanan. Sehingga apabila tombol submit pada formulir pemesanan diletakkan pada bagian atas, maka pengguna harus melakukan *scrolling* ke atas lagi untuk melakukan submit.

Dari hasil wawancara saran perbaikan terhadap masalah atau kendala partisipan dalam pengerjaan tugas yaitu terdapat 5 partisipan yang menyarankan agar setelah menambah produk ke keranjang belanja terdapat pesan notifikasi dan keterangan tombol untuk melanjutkan belanja atau selesai belanja. Terdapat 3 partisipan yang menyarankan agar ikon keranjang belanja diperbesar sehingga dapat terlihat dengan jelas dan keterangan tombol “Keranjang” di ganti menjadi “keranjang Anda” sehingga pengguna mengetahui bahwa ikon keranjang dan tombol “Keranjang Anda” berisi produk yang telah ditambahkan ke dalam keranjang. Selain itu, terdapat 5 orang partisipan yang menyarankan agar informasi kontak perusahaan pada header dihilangkan dan diletakkan pada menu “Tentang Kami” agar ikon Keranjang belanja pada header dapat terlihat dengan jelas dan informasi kontak tidak memenuhi tampilan situs web yang menyebabkan tampilan situs web terlihat kurang menarik, menambahkan kolom pertanyaan ukuran sepatu yang akan dipesan pada formulir pemesanan, serta mengubah letak tombol submit menjadi dibagian bawah formulir pemesanan. Selain itu, partisipan juga menyarankan agar menambah informasi ukuran dan warna sepatu yang berstatus “Ready” pada informasi detail produk.

Dapat disimpulkan perbaikan antarmuka yang akan dilakukan yaitu penambahan pesan notifikasi setelah menekan tombol “Tambah ke Keranjang”

yang berisi bahwa barang telah ditambahkan ke keranjang belanja, dan terdapat keterangan tombol “Lanjut Belanja” dan “Selesai Belanja” agar memudahkan pengguna untuk memilih tindakan yang akan dilakukan selanjutnya. Selain itu ikon keranjang belanja diperbesar dan keterangan tombol “keranjang” diganti menjadi “Keranjang Anda” agar pengguna dapat mengetahui bahwa ikon keranjang dan tombol “Keranjang Anda” mengarah pada produk yang telah ditambahkan ke keranjang, mengubah letak tombol submit menjadi dibagian bawah formulir dan menambah kolom untuk memasukkan ukuran sepatu yang dipesan pada formulir pemesanan.

#### 4.1.2.2 Bagian Tugas 2

Tugas 2 menguji terkait bagaimana tingkat kemudahan partisipan untuk melihat produk terbaru. Pada tabel 4.5 merupakan waktu pengerjaan tugas 2 oleh masing-masing partisipan.

**Tabel 4.5 Waktu pengerjaan tugas 2**

| Partisipan       | Tugas 2       |
|------------------|---------------|
| Sumini           | 41.13         |
| Retno            | 31.54         |
| Permata          | 31.16         |
| Lidya            | 52.26         |
| Anita            | 61.7          |
| <b>Rata-rata</b> | <b>43.558</b> |

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa terdapat 2 partisipan yang memerlukan waktu pengerjaan tugas melebihi rata-rata. Dari hasil pengamatan ketika partisipan mengerjakan tugas dapat diketahui bahwa produk terbaru terdapat pada menu beranda yang terletak di bagian bawah informasi produk untuk beberapa kategori, sehingga partisipan harus melakukan *scrolling* panjang ke bawah untuk dapat mengetahui produk terbaru, selain itu karena banyaknya informasi produk setiap kategori membuat partisipan harus jeli dalam melihat keterangan “Produk Terbaru” agar dapat melihat produk terbaru. Selain banyaknya informasi produk setiap kategori juga terdapat beberapa *slideshow* pada bagian atas menu beranda. Terdapat 4 partisipan yang mencari produk terbaru pada menu Produk, namun ketika kursor diarahkan ke menu Produk akan menampilkan menu *dropdown* yang berisi kategori produk yang sangat banyak sehingga melebihi panjang halaman yang dapat terlihat. Kebanyakan partisipan juga lebih cenderung menggunakan tautan kategori produk yang terletak pada bagian konten. Adanya Kategori produk yang sangat banyak, informasi kontak perusahaan, dan informasi nomor rekening perusahaan yang ada pada setiap halaman mengakibatkan semua halaman menjadi sangat panjang sehingga pada beberapa halaman terdapat halaman kosong pada bagian bawah konten.

Dari hasil wawancara mengenai masalah atau kendala partisipan ketika melakukan tes tugas yaitu terdapat 5 partisipan yang terganggu dengan adanya *slideshow* yang lebih dari satu, partisipan juga berpendapat bahwa *slideshow* tidak begitu diperhatikan. Hal ini terbukti dari hasil pengamatan terhadap partisipan ketika melakukan pencarian informasi produk diskon yang terdapat pada *slideshow* dan info terbaru, yaitu terdapat 3 partisipan mengetahui informasi diskon pada *slideshow* setelah melakukan *scrolling* ke atas dan ke bawah selama beberapa kali. Selain itu terdapat 5 partisipan yang berpendapat bahwa letak informasi produk terbaru tidak sesuai dengan situs web *e-commerce* lainnya, yaitu umumnya pada situs web *e-commerce* produk terbaru diletakkan pada halaman bagian atas sehingga pengguna dapat melihat produk terbaru tanpa harus melakukan *scrolling*.

Dari kendala-kendala yang telah diperoleh dari hasil wawancara, terdapat beberapa partisipan yang memberikan saran perbaikan terkait kendala yang ada. Terdapat 5 partisipan yang menyarankan agar pada menu beranda hanya menampilkan satu *slideshow* sehingga pengguna hanya berfokus pada satu *slideshow*, peletakkan produk terbaru dibawah *slideshow*, dan peletakkan informasi produk setiap kategori sebaiknya diletakkan pada menu produk. Selain itu, 5 partisipan juga menyarankan agar kategori produk, kontak perusahaan, formulir untuk mendapatkan promo, dan nomor rekening sebaiknya diletakkan pada menu yang berhubungan tidak pada setiap halaman, sehingga mengurangi *scrolling* panjang dan halaman kosong pada bagian bawah konten. Selain itu, 5 partisipan juga menyarankan agar menu *dropdown* pada menu produk yang sebelumnya berisi kategori produk diubah menjadi tautan produk terbaru, produk diskon, dan alat *safety*.

Berdasarkan hasil observasi langsung kepada pengguna ketika menggunakan sistem dan hasil wawancara yang dilakukan setelah tes tugas maka dapat disimpulkan untuk perbaikan sistem yaitu pada menu beranda hanya menampilkan satu *slideshow*. Kategori produk dan informasi produk pada setiap kategori hanya diletakkan pada menu produk karena dianggap bersesuaian. Menu untuk mendaftar promo hanya diletakkan pada menu yang sesuai yaitu beranda dan produk, sedangkan untuk informasi kontak perusahaan diletakkan pada menu Tentang Kami, dan untuk informasi nomor rekening diletakkan pada menu Cara Pesan, sehingga pada menu beranda hanya berisi konten untuk mendaftar promo produk, *slideshow*, produk terbaru, produk diskon dan informasi terbaru. Sedangkan menu *dropdown* pada produk hanya berisi informasi produk terbaru, produk diskon dan alat *safety*. Hal tersebut dikarenakan kecenderungan pengguna ketika mencari produk terbaru, yaitu selain melakukan *scrolling* pada menu beranda pengguna juga cenderung untuk melihat tautan pada menu Produk yang dibuat *dropdown*.

#### 4.1.2.3 Bagian Tugas 3

Pada tugas 3 menguji terkait bagaimana pengguna dapat mencari informasi atau artikel terbaru. Berikut ini pada tabel 4.6 merupakan waktu penyelesaian tugas oleh masing-masing partisipan.

Tabel 4.6 Waktu pengerjaan tugas 3

| Partisipan       | Tugas 3 |
|------------------|---------|
| Sumini           | 23.49   |
| Retno            | 25.02   |
| Permata          | 12.78   |
| Lidya            | 60.78   |
| Anita            | 26.16   |
| <b>Rata-rata</b> | 29.646  |

Dari tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 1 partisipan yang mengerjakan tugas melebihi waktu rata-rata. Dari hasil pengamatan terhadap partisipan ketika menggunakan sistem terdapat 4 partisipan berhasil menemukan informasi terbaru melalui menu home dan melakukan *scrolling* ke bagian bawah halaman. Sedangkan 1 partisipan lainnya menemukan informasi terbaru melalui menu blog dan memakan waktu paling lama hal ini dikarenakan untuk memperoleh informasi terbaru pada menu blog harus melakukan *scrolling* ke bawah, pada menu blog selain berisi seputar informasi mengenai sepatu juga berisi informasi produk terbaru. Selain itu dari hasil pengamatan terhadap partisipan juga dapat diketahui bahwa warna tautan pada informasi terbaru sebelum dan sesudah dikunjungi tidak berubah, sehingga responden memilih kategori produk yang sudah pernah dikunjungi dan pada akhirnya memperlambat kerja responden dalam menyelesaikan tugas yang diberikan.

Setelah dilakukan wawancara mengenai kendala yang dialami pengguna ketika mencari informasi terbaru, sebanyak 5 partisipan mengungkapkan tidak merasa kesulitan ketika mengerjakan tugas tersebut. Namun terdapat 4 partisipan yang tidak mengetahui bahwa pada menu Blog berisi informasi terbaru, dan beranggapan bahwa nama Blog dinilai tidak sesuai jika konten yang didalamnya berisi informasi terbaru dan produk terbaru. Selain itu 5 partisipan berpendapat bahwa produk terbaru seharusnya tidak diletakkan pada menu Blog.

Hasil wawancara mengenai saran perbaikan yaitu terdapat 5 partisipan yang menyarankan untuk mengganti nama menu Blog sesuai dengan konten yang ada didalamnya, selain itu produk terbaru sebaiknya diletakkan pada menu yang berhubungan dengan produk yaitu pada menu Beranda dan menu Produk. Terdapat 1 partisipan yang menyarankan jika ingin memasukkan informasi produk terbaru ke dalam menu Blog sebaiknya informasi produk terbaru dibuat dalam bentuk artikel.

Berdasarkan hasil pengamatan langsung dan hasil wawancara kepada partisipan terkait kendala-kendala yang dialami ketika mengerjakan tugas serta saran perbaikan yang diberikan oleh partisipan maka dapat disimpulkan bahwa perbaikan yang akan dilakukan adalah perubahan nama menu Blog menjadi Seputar Info karena dianggap sesuai dengan isi konten yang ada didalamnya, dan

menghilangkan produk terbaru pada menu Blog karena informasi produk terbaru sudah terdapat pada menu Beranda dan menu Produk. Perbaikan terhadap warna tautan untuk membedakan halaman yang sudah dan belum dikunjungi.

#### 4.1.2.4 Bagian Tugas 4

Pada tugas 4 menguji terkait bagaimana pengguna melakukan pencarian produk dengan merek dan kategori produk tertentu. Berikut pada tabel 4.7 merupakan hasil perhitungan waktu pengerjaan tugas 4 oleh masing-masing partisipan.

**Tabel 4.7 Waktu pengerjaan tugas 4**

| Partisipan       | Tugas 4 |
|------------------|---------|
| Sumini           | 16.91   |
| Retno            | 25.98   |
| Permata          | 47.26   |
| Lidya            | 30.4    |
| Anita            | 30.38   |
| <b>Rata-rata</b> | 30.186  |

Dari tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa terdapat 1 partisipan yang melebihi rata-rata hal ini dikarenakan partisipan tidak memilih kategori produk dan terdapat kesalahan pengetikkan, sehingga partisipan melakukan pencarian selama dua kali. Dari hasil pengamatan terhadap partisipan ketika mengerjakan tes, dapat diketahui terdapat 3 partisipan yang melakukan pencarian produk tertentu melalui tautan pada kategori produk yang ada pada konten dan 2 partisipan lainnya melakukan pencarian produk dengan menggunakan fitur pencarian yang terletak pada header. Terdapat dua fitur pencarian pada situs web yaitu fitur pencarian berdasarkan kategori yang terletak dibagian header dan fitur pencarian secara keseluruhan yang terletak pada bagian bawah kategori produk sehingga perlu melakukan *scrolling* ke bagian bawah halaman. Dari hasil pengamatan terhadap partisipan ketika mengerjakan tes tugas dapat diketahui bahwa fitur pencarian pada header masih menggunakan istilah berbahasa Inggris. Sedangkan pencarian melalui kategori produk menunjukkan bahwa tautan kategori produk yang sudah diklik tidak mengalami perubahan warna, untuk mempermudah pengguna membedakan tautan yang sudah maupun belum dikunjungi.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai kendala-kendala yang dialami pengguna terdapat 4 partisipan yang menyatakan bahwa menu pencarian kurang memberikan informasi yang jelas terkait kata kunci yang harus dimasukkan. Terdapat 5 partisipan yang menyarankan agar menghapus salah satu fitur pencarian karena dinilai terlalu banyak fitur pencarian, mereka memberikan saran agar fitur pencarian yang berada dibagian bawah kategori produk

dihilangkan. Selain itu Terdapat 4 partisipan yang menyarankan agar menambah keterangan terkait kata kunci yang harus dimasukkan pada kolom pencarian.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara langsung terhadap partisipan maka dapat disimpulkan perbaikan yang perlu dilakukan adalah menghilangkan fitur pencarian yang terletak pada bagian bawah kategori produk karena selain letaknya yang ada pada bagian bawah kategori produk sehingga perlu melakukan *scrolling* juga dikarenakan pada fitur pencarian yang letaknya pada bagian header sudah terdapat pilihan kategori pencarian, dan termasuk didalamnya terdapat pilihan pencarian untuk semua kategori, dan dilihat dari kecenderungan partisipan ketika menjalankan tugas terdapat 2 partisipan yang menggunakan fitur pencarian yang terletak pada bagian header. Penambahan keterangan terkait kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian dan melakukan perubahan istilah-istilah yang berbahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia. Selain itu, akan dilakukan perbaikan terkait warna tautan untuk membedakan tautan yang sudah dan belum dikunjungi.

#### 4.1.2.5 Bagian Tugas 5

Pada tugas 5 bertujuan untuk menguji kemudahan pengguna untuk mencari diskon produk. Berikut pada tabel 4.8 merupakan hasil perhitungan waktu untuk pengerjaan tugas 5.

**Tabel 4.8 Waktu pengerjaan tugas 5**

| Partisipan       | Tugas 5 |
|------------------|---------|
| Sumini           | 19.24   |
| Retno            | 8.86    |
| Permata          | 34.02   |
| Lidya            | 65.5    |
| Anita            | 148.46  |
| <b>Rata-rata</b> | 55.216  |

Pada tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 1 partisipan yang mengerjakan tugas melebihi rata-rata waktu pengerjaan tugas, hal ini dikarenakan pada informasi diskon diletakkan pada *slideshow* sehingga ketika partisipan mengklik bagian *slideshow* bersamaan dengan perubahan gambar pada *slideshow* sehingga partisipan di arahkan ke halaman yang berisi informasi lain. Sehingga partisipan mengira bahwa informasi diskon pada *slideshow* tidak sesuai dengan konten yang ada didalamnya, oleh karena itu partisipan mencari informasi diskon menggunakan cara lain yaitu dengan melakukan *scrolling* panjang ke bawah dan akhirnya partisipan menemukan informasi diskon pada bagian Info terbaru. Dari hasil pengamatan terdapat 3 partisipan yang menemukan informasi produk diskon pada bagian *slideshow* dan 2 diantaranya menemukan informasi produk diskon dari Info terbaru. Terdapat 3 partisipan

yang melakukan *scrolling* ke atas dan ke bawah selama beberapa kali untuk menemukan informasi diskon produk yang terdapat pada *slideshow*.

Berdasarkan hasil wawancara terkait kendala-kendala yang dialami pengguna ketika mengerjakan tugas, terdapat 3 partisipan yang tidak mengetahui bahwa informasi diskon produk diletakkan pada Info Terbaru. Selain itu partisipan juga menilai perubahan gambar pada *slideshow* terlalu cepat sehingga partisipan menjadi tidak terlalu fokus pada *slideshow* sehingga tidak mengetahui adanya informasi diskon.

Berdasarkan kendala-kendala yang dialami terdapat beberapa saran perbaikan dari partisipan, yaitu terdapat 5 partisipan yang menyarankan agar informasi diskon produk sebaiknya diletakkan pada menu tersendiri yang berisi produk-produk diskon yaitu pada menu home dan menu produk yang dibuat *dropdown* berisi produk terbaru, produk diskon dan alat *safety*.

Setelah dilakukan pengamatan dan wawancara terkait kendala-kendala dan saran perbaikan dari partisipan ketika mengerjakan tugas dapat disimpulkan bahwa perbaikan yang akan dilakukan yaitu peletakkan informasi diskon produk selain diletakkan pada *slideshow* dan Info Terbaru, juga dibuat menu tersendiri yang berisi informasi produk-produk diskon yang diletakkan pada menu Beranda di bagian bawah Produk Terbaru hal ini dikarenakan kecenderungan pengguna ketika mencari produk diskon akan melakukan *scrolling* ke bawah pada menu Beranda dan pengguna cenderung berfokus pada bagian produk. Selain itu agar memudahkan pengguna untuk mencari produk diskon, pada menu Produk dibuat *dropdown* dan berisi informasi Produk Diskon, sehingga ketika pengguna mengarahkan kursor pada menu produk akan muncul tautan untuk melihat produk diskon.

#### 4.1.2.6 Bagian Tugas 6

Pada tugas 6 bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengguna berhasil mendaftar untuk mendapatkan promo produk dan dapat kembali ke menu sebelumnya. Berikut pada tabel 4.9 merupakan hasil perhitungan waktu penyelesaian tugas 6 pada masing-masing partisipan.

**Tabel 4.9 Waktu pengerjaan tugas 6**

| Partisipan       | Tugas 6       |
|------------------|---------------|
| Sumini           | 65.36         |
| Retno            | 56.58         |
| Permata          | 85.23         |
| Lidya            | 137.73        |
| Anita            | 52.41         |
| <b>Rata-rata</b> | <b>79.462</b> |

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa terdapat 2 partisipan yang mengerjakan tugas melebihi waktu rata-rata, berdasarkan hasil pengamatan terhadap partisipan ketika mengerjakan tugas dapat diketahui bahwa partisipan mengalami kesulitan ketika akan kembali ke menu sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan ketika partisipan selesai mengisi formulir pendaftaran dan melakukan submit, partisipan akan dialihkan ke halaman lain dengan tautan yang berbeda pada *tab* yang sama. Sehingga terdapat 5 partisipan yang kesulitan ketika harus kembali ke menu sebelumnya dan beranggapan gambar tautan yang ada pada halaman tersebut mengarah ke Beranda. Terdapat 2 partisipan yang meng-klik gambar tautan yang ada, namun akhirnya mereka menggunakan tombol kembali yang disediakan oleh web *browser*. Sedangkan 3 partisipan lainnya berhasil kembali ke menu sebelumnya dengan meng-klik tombol kembali yang ada pada web *browser*. Peletakkan formulir untuk mendaftar promo produk diletakkan dibagian bawah kategori produk yang terdapat pada semua menu. Banyaknya kategori produk mengakibatkan partisipan harus melakukan *scrolling* panjang ke bawah untuk mengetahui keberadaan formulir pendaftaran.

Hasil wawancara mengenai kendala-kendala yang dialami pengguna ketika mengerjakan tugas yaitu terdapat 5 partisipan yang menyatakan bahwa untuk mendaftar promo harus melakukan *scrolling* panjang ke bawah. Selain itu terdapat 5 partisipan yang menyatakan kebingungan untuk kembali ke menu sebelumnya setelah berhasil mendaftar. Dari kendala-kendala tersebut terdapat 5 partisipan yang memberikan saran perbaikan terkait peletakkan menu formulir pendaftaran agar diletakkan pada halaman bagian atas pada menu Beranda, sehingga ketika membuka situs web pertama kali pengguna dapat langsung melihat formulir pendaftaran. Selain itu mereka juga menyarankan agar formulir pendaftaran tidak diletakkan disemua menu, namun pada menu tertentu yang berhubungan. Sedangkan mengenai kendala untuk kembali ke menu sebelumnya, terdapat 5 partisipan yang memberikan saran agar setelah melakukan submit seharusnya pesan pemberitahuan dibuat *pop up* sehingga halaman sebelumnya masih terlihat dan tidak membuat pengguna berfikir bahwa pengguna kehilangan halaman yang dikunjungi sebelumnya, dan pada halaman *pop up* disediakan tautan untuk kembali ke menu sebelumnya.

Berdasarkan hasil pengamatan langsung dan wawancara maka dapat disimpulkan bahwa yang perlu diperbaiki yaitu penempatan formulir pendaftaran diletakkan pada menu yang berhubungan dengan produk yaitu pada menu Beranda bagian atas agar dapat diketahui pengguna ketika pertama kali mengakses situs web. Selain itu, formulir pendaftaran juga diletakkan pada menu Produk sehingga pengguna yang membuka menu produk dan tertarik dengan produk tertentu dapat langsung mendaftar untuk mendapatkan informasi promo produk. Selain itu berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa terdapat 5 partisipan yang kebingungan untuk kembali ke menu sebelumnya setelah selesai mendaftar promo, hal tersebut dikarenakan tautan mengarah pada alamat yang berbeda tanpa membuka *tab* atau *window* baru. Oleh karena itu, akan dilakukan perbaikan pada halaman setelah dilakukan submit, yaitu dengan membuat pemberitahuan dalam bentuk *pop up* sehingga halaman sebelumnya

masih terlihat dan pada halaman *pop up* disediakan tautan untuk kembali ke menu sebelumnya.

#### 4.1.2.7 Bagian Tugas 7

Pada tugas 7 bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengguna dapat menemukan informasi alamat perusahaan. Berikut pada tabel 4.10 merupakan hasil perhitungan waktu penyelesaian tugas 7 masing-masing partisipan.

**Tabel 4.10 Waktu pengerjaan tugas 7**

| Partisipan       | Tugas 7       |
|------------------|---------------|
| Sumini           | 27.49         |
| Retno            | 58.64         |
| Permata          | 33.08         |
| Lidya            | 70.53         |
| Anita            | 27.87         |
| <b>Rata-rata</b> | <b>43.522</b> |

Pada tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 1 partisipan yang memerlukan waktu untuk mengerjakan tugas melebihi rata-rata, dari hasil pengamatan langsung kepada partisipan ketika mengerjakan tugas dapat diketahui bahwa terdapat 2 partisipan yang mencari alamat perusahaan pada menu Hubungi Kami, pada menu Hubungi Kami berisi informasi untuk mengirim pesan kepada pihak perusahaan, namun pada akhirnya partisipan dapat menemukan informasi alamat perusahaan pada menu Tentang Kami. Penempatan alamat perusahaan pada menu tentang kami diletakkan pada bagian paling bawah halaman, sehingga untuk dapat mengetahui informasi tentang kami pengguna harus melakukan *scrolling* panjang ke bagian bawah dengan perlahan karena deskripsi perusahaan yang terlampau panjang membuat pengguna harus teliti untuk mengetahui informasi alamat perusahaan.

Setelah dilakukan wawancara mengenai kendala-kendala yang dialami, terdapat 2 partisipan yang beranggapan pada menu Hubungi Kami berisi informasi alamat perusahaan. Selain itu 5 partisipan menyatakan bahwa penataan dan penamaan menu membuat partisipan kebingungan, dilihat dari penamaan menu, terdapat 2 partisipan yang masuk ke menu yang salah ketika mencari informasi alamat perusahaan. Sedangkan untuk penempatan menu terdapat 5 partisipan yang berpendapat agar penempatan menu sebaiknya lebih memperhatikan urutan dan pengkelompokan menu sejenis. Terdapat 5 partisipan yang memberikan saran perbaikan agar informasi alamat perusahaan diletakkan pada halaman bagian atas, sehingga ketika pengguna membuka menu Tentang Kami langsung dapat melihat alamat perusahaan.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara kepada partisipan maka dapat disimpulkan bahwa bagian yang akan diperbaiki yaitu penempatan

informasi alamat perusahaan diletakkan pada bagian atas disamping deskripsi perusahaan agar memudahkan pengguna menemukan alamat perusahaan tanpa harus melakukan *scrolling* ke bawah. Menambah informasi kontak perusahaan yang sebelumnya diletakkan pada bagian bawah kategori produk dan berada pada semua menu menjadi dikelompokkan pada menu Tentang Kami, sehingga ketika pengguna melihat menu Tentang Kami pengguna bisa melihat kontak perusahaan dan bisa langsung menekan tautan untuk mengikuti atau bergabung dengan media sosial perusahaan seperti *google+*, *facebook*, dan terdapat gambar *barcode* BBM yang memudahkan pengguna untuk menambahkan pertemanan tanpa harus menulis pin yang sesuai dengan desain awal. Selain itu akan dilakukan pengurutan menu berdasarkan menu yang paling sering dikunjungi dan penyamaan desain menu navigasi menjadi tulisan, serta pengelompokan menu sesuai dengan saran perbaikan oleh partisipan.

#### 4.1.3 Pemetaan masalah

Dari hasil pengujian usability dapat diketahui beberapa masalah terkait situs web yang dijelaskan pada tabel 4.11. Dari masalah-masalah yang ada, dilakukan pengelompokan masalah berdasarkan masalah yang sama atau mirip yang terdapat pada tabel 4.12.

**Tabel 4.11 Permasalahan yang ditemukan dari hasil pengujian usability**

| Kode.                | Masalah pada Tugas 1  |
|----------------------|---|
| T1-1                 | Keterangan Keranjang Belanja yang terletak pada header kurang jelas   |
| T1-2                 | Terlalu banyak informasi kontak pada header   |
| T1-3                 | Penggunaan bahasa asing pada formulir pemesanan   |
| T1-4                 | Pesan konfirmasi keberhasilan penambahan barang pada keranjang belanja kurang terlihat  |
| T1-5                 | Tombol submit yang diletakkan pada bagian atas formulir pemesanan dan warna tombol yang tidak sama  |
| T1-6                 | Tidak ada kolom untuk pengisian ukuran sepatu pada formulir pemesanan   |
| T1-7                 | Tidak terdapat informasi ukuran dan warna sepatu pada produk yang berstatus "Ready"   |
| T1-8                 | Tidak terdapat informasi cara pemesanan lewat sistem  |
| Masalah pada Tugas 2 |   |
| T2-1                 | <i>Slideshow</i> yang melebihi satu kurang diperhatikan dan mengganggu pengguna   |
| T2-2                 | Informasi seperti kategori produk, kontak perusahaan, nomor rekening perusahaan, dan formulir pendaftaran promo sangat panjang dan diletakkan pada setiap halaman |
| T2-3                 | Informasi produk masing-masing kategori pada menu Beranda terlalu banyak dan mengganggu   |
| T2-4                 | <i>dropdown</i> pada menu Produk berisi tautan yang terlalu banyak  |

**Tabel 4.11 Permasalahan yang ditemukan dari hasil pengujian usability (lanjutan)**

| Kode                        | Masalah pada Tugas 3  |
|-----------------------------|---|
| T3-1                        | Penamaan tombol navigasi yang kurang sesuai dengan informasi yang dimuat  |
| T3-2                        | Tidak ada perubahan warna tautan yang sudah maupun belum dikunjungi pada info terbaru   |
| T3-3                        | Peletakkan informasi produk terbaru pada menu info terbaru  |
| <b>Masalah pada Tugas 4</b> |   |
| T4-1                        | Penggunaan bahasa asing pada fitur pencarian  |
| T4-2                        | Tidak ada perubahan warna tautan yang sudah maupun belum dikunjungi pada kategori produk  |
| T4-3                        | Terdapat lebih dari satu fitur pencarian  |
| T4-4                        | Tidak terdapat keterangan yang jelas terkait kata kunci yang harus dimasukkan pada kolom pencarian  |
| <b>Masalah pada Tugas 5</b> |   |
| T5-1                        | Peletakkan informasi diskon yang sulit ditemukan oleh pengguna  |
| T5-2                        | Waktu perubahan gambar pada <i>slideshow</i> terlalu cepat  |
| <b>Masalah pada Tugas 6</b> |   |
| T6-1                        | Peletakkan formulir pendaftaran pada bagian yang tidak terlihat pada tampilan awal situs web  |
| T6-2                        | Tautan yang mengarahkan ke halaman lain tanpa membuka tab atau window baru pada browser dan tidak terdapat tombol untuk kembali ke halaman sebelumnya |
| <b>Masalah pada Tugas 7</b> |   |
| T7-1                        | Peletakkan informasi diletakkan pada bagian bawah deskripsi perusahaan yang panjang   |
| T7-2                        | Peletakkan menu navigasi yang tidak sesuai urutan menu yang paling sering dikunjungi  |
| T7-3                        | Desain menu navigasi yang tidak sama  |
| T7-4                        | Pengelompokan menu navigasi yang sejenis  |

Tabel 4.12 Pemetaan Masalah

| Kode | Permasalahan  | Sumber                                   |
|------|---|--|
| M1   | Peletakkan konten pada menu yang tidak bersesuaian  | T1-2, T2-1, T2-2, T2-3, T2-4, T3-3, T5-1 |
| M2   | Penggunaan bahasa tidak konsisten   | T1-3, T4-1                               |
| M3   | Pengelompokan menu navigasi yang sejenis  | T7-4                                     |
| M4   | Terdapat lebih dari satu fitur pencarian  | T4-3                                     |
| M5   | Penamaan menu navigasi (tautan) yang tidak sesuai dengan informasi yang dimuat            | T3-1                                     |
| M6   | Tidak ada perubahan warna tautan untuk membedakan halaman yang sudah dan belum dikunjungi | T3-2, T4-2                               |
| M7   | Penulisan konten yang kurang jelas dan lengkap  | T1-1, T1-4, T1-6, T1-7, T4-4, T1-8       |
| M8   | Waktu perubahan gambar pada <i>slideshow</i> yang terlalu cepat                           | T5-2                                     |
| M9   | Terlalu banyak <i>scrolling</i>   | T6-1, T7-1                               |
| M10  | Urutan menu navigasi yang kurang sesuai   | T7-2                                     |
| M11  | Desain menu navigasi yang tidak sama  | T7-3                                     |
| M12  | Penempatan dan pewarnaan tombol   | T1-5, T6-2                               |

#### 4.1.4 Pengelompokan masalah berdasarkan kategori WEBUSE

Dari hasil pengujian usability dan wawancara ditemukan 12 permasalahan yang dapat dikelompokkan ke dalam empat kelompok *usability* yang ada pada kuesioner WEBUSE, setiap masalah dapat muncul pada lebih dari satu kategori WEBUSE. Pengelompokan masalah dilakukan dengan membandingkan pengertian dari masing-masing kategori WEBUSE dengan masalah yang ada, kemudian mengelompokkan masalah ke dalam kategori yang sesuai. Berikut merupakan pengelompokan masalah kedalam kategori WEBUSE.

##### a. *Content, organization, and readability*

Berhubungan dengan kecepatan pengguna dalam memahami isi/konten dalam situs web, hal ini meliputi kejelasan dan pengelompokan isi/konten yang ada. Berikut merupakan beberapa masalah terkait *content, organization, and readability*:

- Penggunaan bahasa yang tidak konsisten (M2)
- Terlalu banyak *scrolling* (M9)
- Penulisan konten yang kurang jelas dan lengkap (M7)
- Peletakkan konten pada menu yang tidak bersesuaian (M1)
- Terdapat lebih dari satu fitur pencarian (M4)

##### a. *Navigation and links*

Berhubungan dengan bagaimana pengguna dapat mengakses informasi dalam situs secara efektif dan efisien dengan navigasi dan *links* yang ada. Berikut ini merupakan beberapa masalah terkait *navigation, links*:

- Penamaan menu navigasi (tautan) yang tidak sesuai dengan informasi yang dimuat (M5)
- Urutan menu navigasi yang kurang sesuai (M10)
- Desain menu navigasi yang tidak sama (M11)
- Pengelompokan menu navigasi yang sejenis (M3)

b. *User interface design*

Berhubungan dengan perancangan tampilan antarmuka pengguna yang sesuai dengan tujuan situs web, pengguna situs web dan ketersediaan konten yang bermanfaat. Berikut ini merupakan beberapa masalah terkait *user interface design*:

- Peletakkan konten pada menu yang tidak bersesuaian (M1)
- Desain menu navigasi yang tidak sama (M11)
- Penempatan dan pewarnaan tombol (M12)

c. *Performance and effectiveness*

Berhubungan dengan seberapa cepat situs web dapat melakukan proses atau transaksi tertentu, dan menghasilkan informasi yang tepat bagi pengguna. Berikut ini merupakan beberapa masalah terkait *performance and effectiveness*:

- Tidak ada perubahan warna tautan untuk membedakan halaman yang sudah dan belum dikunjungi (M6)
- Terlalu banyak *scrolling* (M9)
- Penulisan konten yang kurang jelas dan lengkap (M7)
- Waktu perubahan gambar pada *slideshow* yang terlalu cepat (M8)

#### 4.1.5 Analisis desain lama

Pada situs desain lama masih ditemukan kendala-kendala yang dirasakan pengguna ketika menggunakan situs. Berikut ini merupakan hasil analisis masalah *usability* per kategori pada kuesioner WEBUSE.

##### 4.1.5.1 *Content, organization, and readability*

Dari hasil kuesioner WEBUSE yang dijelaskan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa nilai *usability* pada kategori *content, organization, and readability* masih dalam level *Good*, dan masih dibawah level *excellent*. Dari hasil identifikasi masalah dengan menggunakan metode pengujian *usability* terdapat lima permasalahan terkait *content, organization, and readability*. Dari lima permasalahan tersebut mengakibatkan pengguna merasa tidak nyaman dan sedikit kesulitan memahami informasi yang disampaikan pada sistem, seperti penulisan informasi yang tidak terorganisir dengan baik, dan masalah terkait kelengkapan informasi yang disajikan.

##### 4.1.5.2 *Navigation and links*

Dari hasil kuesioner WEBUSE yang dijelaskan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa nilai *usability* pada kategori *navigation and links* masih dalam level *Good*, dan masih dibawah level *excellent*. Sedangkan berdasarkan hasil pengujian *usability* dapat diketahui bahwa masih terdapat empat permasalahan terkait *navigation and links*. Permasalahan tersebut membuat pengguna sering

mengalami kesalahan untuk mencari informasi yang diinginkan karena penamaan menu navigasi dan tautan yang kurang sesuai dengan isi konten didalamnya sehingga pengguna memerlukan waktu lebih untuk menemukan informasi yang diinginkan.

#### 4.1.5.3 User interface design

Dari hasil kuesioner WEBUSE yang dijelaskan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa nilai *usability* pada kategori *user interface design* masih dalam level *Moderate*, dan masih dibawah level *Good*. Berdasarkan hasil identifikasi masalah dengan menggunakan pengujian *usability* terdapat tiga permasalahan yang ditemukan. Permasalahan yang ada pada *user interface design* ini membuat pengguna kesulitan untuk menemukan informasi yang diinginkan dalam sistem.

#### 4.1.5.4 Performance and effectiveness

Dari hasil kuesioner WEBUSE yang dijelaskan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa nilai *usability* pada kategori *performance and effectiveness* masih dalam level *Moderate*, dan masih dibawah level *Good*. Berdasarkan hasil identifikasi masalah dengan menggunakan pengujian *usability* terdapat lima permasalahan yang ditemukan. Seperti tidak ada perubahan warna tautan untuk membedakan tautan yang belum dan sudah dikunjungi. Hal tersebut tentunya akan mempengaruhi kecepatan waktu dalam mencari informasi yang diinginkan, seperti yang diungkapkan oleh *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)* yaitu, dengan adanya perbedaan warna tautan yang belum maupun sudah dikunjungi akan mempengaruhi kecepatan pengguna dalam menemukan informasi.

## 4.2 Perancangan perbaikan desain antarmuka pengguna

### 4.2.1 Usability guidelines

Pada penelitian ini penulis menggunakan *guidelines* dari HHS untuk merancang perbaikan desain antarmuka pengguna. Namun tidak semua *guidelines* yang ada pada HHS digunakan oleh penulis, *guidelines* yang digunakan disesuaikan dengan masalah yang ada, hal ini dikarena tidak semua *guidelines* dibutuhkan oleh pengguna situs *JualSepatuSafety.com*. *Guidelines* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

**Tabel 4.13 Usability guidelines**

| Kode | Guidelines   |
|------|--|
| G1   | Label Pushbuttons Clearly                          |
| G2   | Use Attention-Attracting Features when Appropriate |
| G3   | Put Labels Close to Data Entry                     |
| G4   | Group Related Elements                             |
| G5   | Use Text for Links                                 |

Tabel 4.13 Usability guidelines (lanjutan)

| Kode | Guidelines   |
|------|--|
| G6   | <i>Differentiate and Group Navigation Elements</i>     |
| G7   | <i>Match Link Names with Their Destination Pages</i>   |
| G8   | <i>Optimize Display Density</i>                        |
| G9   | <i>Notify Users when Multiple Search Options Exist</i> |
| G10  | <i>Place Important Items at Top of the List</i>        |
| G11  | <i>Designate Used Links</i>                            |
| G12  | <i>Use Familiar Words</i>                              |
| G13  | <i>Include Hints to Improve Search Performance</i>     |
| G14  | <i>Ensure Visual Consistency</i>                       |

#### 4.2.2 Hubungan *usability guidelines* dengan permasalahan yang ditemukan

Perbaikan dilakukan pada semua masalah yang dapat diidentifikasi yaitu berdasarkan hasil pengujian usability dan *usability guidelines*. Berikut ini merupakan hubungan permasalahan yang ditemukan dari pengujian usability dengan *usability guidelines*:

Tabel 4.14 Hubungan masalah *usability* dengan *usability guidelines*

| Kode. | Masalah   | Kode Guidelines |
|-------|---|-----------------|
| M1    | Peletakkan konten pada menu yang tidak bersesuaian  | G4              |
| M2    | Penggunaan bahasa tidak konsisten   | G12             |
| M3    | Pengelompokan menu navigasi yang sejenis  | G6              |
| M4    | Terdapat lebih dari satu fitur pencarian  | G9              |
| M5    | Penamaan menu navigasi (tautan) yang tidak sesuai dengan informasi yang dimuat            | G7              |
| M6    | Tidak ada perubahan warna tautan untuk membedakan halaman yang sudah dan belum dikunjungi | G11             |
| M7    | Penulisan konten yang kurang jelas dan lengkap  | G1, G13         |
| M8    | Waktu perubahan gambar pada <i>slideshow</i> yang terlalu cepat                           | G2              |
| M9    | Terlalu banyak <i>scrolling</i>   | G8              |
| M10   | Urutan menu navigasi yang kurang sesuai   | G10             |
| M11   | Desain menu navigasi yang tidak sama  | G5              |
| M12   | Penempatan dan pewarnaan tombol   | G14, G3         |

Berikut merupakan penjelasan keterkaitan *guidelines* dengan masalah *usability*:

1. Peletakkan konten pada menu yang tidak bersesuaian (M1), berdasarkan *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)* dinyatakan

bahwa menampilkan terlalu banyak informasi dapat membingungkan pengguna dan menghambat asimilasi informasi yang dibutuhkan. Selain itu HHS juga berpendapat bahwa pengelompokan semua informasi terkait topik tertentu akan meminimalkan waktu yang dibutuhkan pengguna untuk mencari atau memindai situs untuk informasi terkait. Oleh karena itu, akan dilakukan perbaikan peletakkan konten dengan mengelompokkan informasi yang terkait pada menu yang bersesuaian dan menghapus informasi-informasi yang tidak perlu yang dapat membingungkan pengguna sehingga waktu untuk mencari informasi terkait dapat lebih cepat.

2. Penggunaan bahasa tidak konsisten (M2), terdapat dua bahasa dalam satu halaman yaitu bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Berdasarkan *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)* dinyatakan gunakan bahasa yang sering dilihat dan didengar, hal tersebut dikarenakan menggunakan bahasa yang sering dilihat dan didengar lebih baik dan mudah dikenali. Oleh karena itu, karena sebagian besar konten situs menggunakan istilah dalam bahasa Indonesia, maka akan lebih baik jika konten yang masih menggunakan istilah dalam bahasa Inggris diubah menjadi bahasa Indonesia agar mudah dikenali dan dipahami.
3. Pengelompokan menu navigasi yang sejenis (M3), *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)* memberikan pedoman terkait navigasi yaitu membedakan elemen navigasi dari satu sama lain, tetapi pengelompokan dan penempatan navigasi harus konsisten dan mudah ditemukan dalam setiap halaman. Oleh karena itu, akan dilakukan perbaikan dengan mengelompokkan tautan pada menu navigasi yang sejenis dan akan diletakkan pada setiap halaman secara konsisten.
4. Terdapat lebih dari satu fitur pencarian (M4), menurut *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)*, jika terdapat lebih dari satu jenis pilihan pencarian yang disediakan maka harus memastikan pengguna menyadari semua jenis pencarian dan bagaimana masing-masing yang paling baik digunakan. HHS juga berpendapat bahwa sebagian besar pengguna menganggap bahwa situs web hanya memiliki satu jenis pencarian. Dalam suatu studi, ketika ada beberapa jenis pencarian yang tersedia, pengguna cenderung kehilangan beberapa kemampuan pencarian. Selain itu, dari hasil pengujian usability partisipan memberikan saran agar menghilangkan salah satu fitur pencarian yang terletak dibawah kategori produk. Oleh karena itu akan dilakukan perbaikan dengan menghilangkan salah satu fitur pencarian yang terletak dibagian bawah kategori produk.
5. Penamaan menu navigasi (tautan) yang tidak sesuai dengan informasi yang dimuat (M5), dalam *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)* dinyatakan bahwa penamaan tautan yang konsisten dan sesuai dengan target tujuan dapat membantu memberikan umpan balik yang diperlukan untuk pengguna bahwa mereka telah mencapai halaman yang dituju dan dapat memberikan daftar pilihan lengkap untuk konten terkait.
6. Tidak ada perubahan warna tautan untuk membedakan halaman yang sudah dan belum dikunjungi (M6), berdasarkan *U.S. Department of Health & Human*

*Services (HHS)* dinyatakan bahwa warna tautan membantu pengguna memahami bagian mana dari situs web yang telah dikunjungi. Menurut beberapa penelitian, memberikan umpan balik akan membantu meningkatkan kecepatan pengguna dalam mencari informasi (*U.S. Department of Health & Human Services*). Oleh karena itu, akan dilakukan perbaikan pada pewarnaan tautan untuk membedakan tautan yang sudah maupun belum dikunjungi, agar dapat memudahkan pengguna dan dapat meningkatkan kecepatan pengguna untuk mencari informasi.

7. Penulisan konten yang kurang jelas dan lengkap (M7), berdasarkan *U.S. Department of Health & Human Services* dinyatakan pastikan label pada tombol jelas menunjukkan aksi atau tindakannya. Selain itu *U.S. Department of Health & Human Services* memberikan *guidelines* yaitu sertakan petunjuk khusus untuk meningkatkan kinerja pencarian. Oleh karena itu, akan dilakukan perbaikan dalam penulisan label pada tombol sesuai dengan tindakan yang akan terjadi jika tombol diklik. Selain itu akan dilakukan perbaikan terhadap isi konten yang tidak lengkap dengan menambah informasi yang sesuai berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik perusahaan. Namun terdapat 1 permasalahan yang tidak diperbaiki yaitu pada bagian “Tidak terdapat informasi ukuran dan warna sepatu pada produk yang berstatus *Ready*” (T1-7). Hal ini dikarenakan keterbatasan penulis dalam mengetahui informasi tersebut dan merupakan kebijakan perusahaan untuk mencantumkan informasi tersebut atau tidak.
8. Waktu perubahan gambar pada *slideshow* yang terlalu cepat (M8), dalam HHS dinyatakan gerakan berupa animasi atau *slideshow* efektif digunakan untuk menarik perhatian, pengguna melihat gambar untuk satu atau dua detik dan kemudian melihat keterangan teks untuk memahami gambar. Oleh karena itu, gambar pada *slideshow* yang hanya ditampilkan selama tiga detik belum memberikan waktu yang cukup bagi pengguna untuk membaca keterangan yang ada pada gambar, yang berfungsi untuk memudahkan dalam memahami arti gambar. Sehingga waktu perubahan gambar pada *slideshow* akan diperlambat agar pengguna lebih leluasa membaca keterangan yang terdapat pada gambar *slideshow*.
9. Terlalu banyak *scrolling* (M9), hal ini selain dikarenakan informasi yang diletakkan pada bawah halaman juga dikarenakan banyaknya informasi yang ditampilkan pada halaman situs web sehingga pengguna harus melakukan *scrolling* secara perlahan. Menurut *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)*, satu studi menemukan bahwa mencari target di daerah yang ramai lebih lama daripada ketika target di daerah jarang dan sebaliknya. Oleh karena itu, akan dilakukan perbaikan dengan meletakkan informasi pada bagian yang terlihat dan tidak terlalu banyak menampilkan informasi agar dapat mudah ditemukan oleh pengguna.
10. Urutan menu navigasi yang kurang sesuai (M10), menurut *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)*, pengalaman pengguna biasanya yang dilihat pertama kali pada item bagian teratas pada menu atau daftar, dan hampir selalu melihat salah satu dari tiga item sebelum melihat daftar jauh

ke bawah. penelitian menunjukkan bahwa pengguna cenderung berhenti memindai daftar segera setelah mereka melihat sesuatu yang relevan, sehingga menggambarkan alasan untuk menempatkan barang-barang penting pada awal daftar. Oleh karena itu, akan dilakukan perbaikan pada urutan menu dengan meletakkan menu yang dianggap penting dan sering diakses pada bagian paling kiri pada header. Hal tersebut dikarenakan menu dibuat dalam bentuk horizontal, sehingga menu yang pertama kali dilihat pengguna adalah pada bagian kiri.

11. Desain menu navigasi yang tidak sama (M11), menurut *U.S. Department of Health & Human Services (HHS)* tautan yang berupa teks lebih mudah dikenali sebagai tombol yang bisa diklik (dipilih), lebih cepat diunduh dan lebih disukai pengguna. Selain itu tautan yang berupa teks lebih mudah untuk menyampaikan tujuan daripada menggunakan gambar. Oleh karena itu, akan dilakukan perubahan desain menu navigasi pada menu Home yang awalnya berupa gambar menjadi teks.
12. Penempatan dan pewarnaan tombol (M3), terdapat pewarnaan tombol yang tidak sama serta penempatan tombol yang diletakkan pada bagian atas formulir pemesanan. Dalam HHS dinyatakan bahwa terdapat dua penelitian yang menemukan jumlah kesalahan yang dibuat menggunakan tampilan visual yang tidak konsisten lebih tinggi daripada ketika menggunakan tampilan visual yang konsisten, yaitu meliputi warna yang digunakan untuk label, dan lokasi dari label. Oleh karena itu akan dilakukan perbaikan yaitu menyamakan warna dan penempatan tombol submit pada bagian bawah formulir sesuai dengan saran dari partisipan. Penempatan tombol submit yang diletakkan pada bagian atas formulir menurut partisipan akan memperlambat kerja pengguna, sebab setelah selesai mengisi formulir pengguna harus melakukan *scrolling* ke bagian atas halaman lagi untuk menekan tombol submit

#### 4.2.3 Usulan perbaikan desain situs web

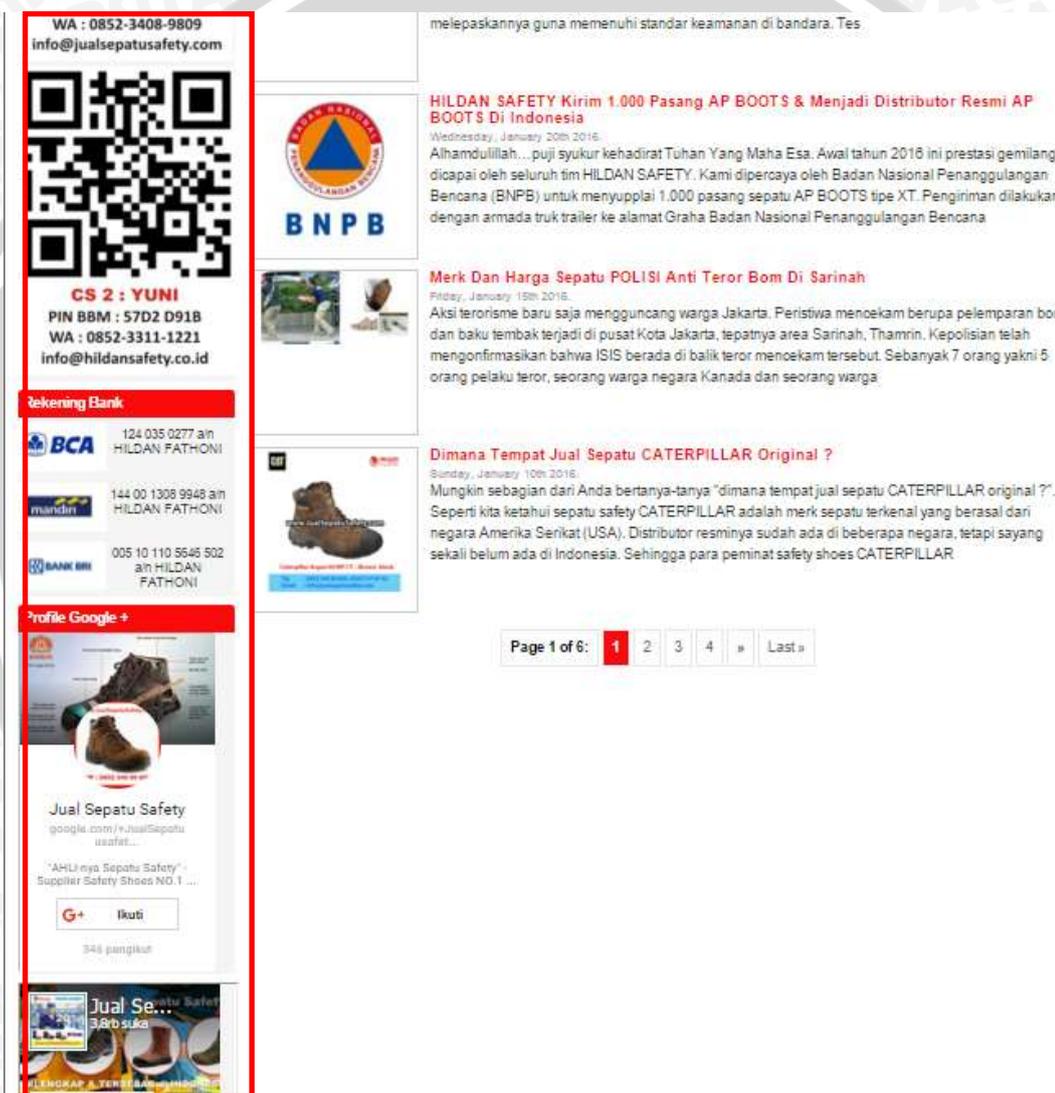
##### 4.2.3.1 Peletakan konten pada menu yang tidak bersesuaian (M1)

1. Terlalu banyak informasi kontak pada header (T1-2). Pada desain lama informasi kontak diletakkan pada *header* dan layout bagian kiri setiap menu, hal ini dinilai pengguna kurang efektif, dan membuat pengguna merasa bingung apakah informasi kontak pada header sama dengan informasi pada layout sebelah kiri setiap menu. Selain itu pengguna merasa dengan adanya informasi kontak pada setiap menu hanya akan membuat halaman terlihat penuh dan kurang menarik. Sehingga pada desain baru informasi kontak yang ada pada *header* dan *layout* sebelah kiri halaman dihapus dan diletakkan pada menu Tentang Kami sebelah kanan deskripsi perusahaan. Hal tersebut dilakukan karena selain saran dari pengguna, menu Tentang Kami dinilai sesuai untuk memuat informasi kontak perusahaan. Tampilan desain lama seperti gambar 4.19 dan 4.20, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.21.



Gambar 4.19 Informasi kontak yang diletakkan pada *header*

Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.20 Informasi kontak yang diletakkan pada *layout* sebelah kiri pada setiap halaman situs web

Sumber: Hildan Safety (2011)



**Gambar 4.21** Pemindahan informasi kontak yang diletakkan pada halaman tentang kami

2. Informasi seperti kategori produk, kontak perusahaan, nomor rekening perusahaan, dan formulir pendaftaran promo sangat panjang dan diletakkan pada setiap halaman (T2-2). Pada desain lama informasi nomor rekening perusahaan diletakkan pada *layout* sebelah kiri setiap menu, hal tersebut dinilai pengguna tidak sesuai dengan konten setiap menu dan hanya membuat tampilan situs web terkesan penuh dan kurang menarik. Oleh karena itu pada desain baru informasi nomor rekening perusahaan hanya akan diletakkan pada menu Cara Pesan karena dinilai sesuai dengan konten atau isi yang seharusnya ada pada menu tersebut. Tampilan desain lama seperti gambar 4.22, untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.23.



**Gambar 4.22** Informasi nomor rekening yang diletakkan pada *layout* sebelah kiri pada setiap halaman

Sumber: Hildan Safety (2011)

### C. Pemesanan via Website.

1. Melihat Katalog Produk untuk melihat : Model dan Kode produk.
2. Tambahkan produk yang ingin dipesan ke Keranjang Belanja
3. Lengkapi data yang diminta pada formulir pemesanan, kemudian pilih Kirim Form Order .
4. Kami akan mengirimkan email/sms konfirmasi pemesanan.
5. Transfer pembayaran Total belanja + Ongkos kirim, setelah menerima konfirmasi kami.

#### PEMBAYARAN :

Sebelumnya kami akan menginformasikan Jumlah total pembelanjaan + Ongkos kirim. Per

BCA : 124 035 0277 a.n HILDAN FATHONI  
MANDIRI : 144 00 1308 9948 a.n HILDAN FATHONI  
BRI : 005 10 110 5646 502 a.n HILDAN FATHONI

**Gambar 4.23 Penghapusan nomor rekening pada setiap halaman dan hanya diletakkan pada menu cara pemesanan**

3. *Dropdown* pada menu produk berisi tautan yang terlalu banyak (T2-4). Pada desain lama informasi kategori produk diletakkan pada menu Produk dan dibuat dropdown. Desain tersebut memang mempunyai kemudahan untuk melihat kategori produk hanya dengan mengarahkan pada menu Produk, namun karena informasi kategori produk yang banyak membuat pengguna harus melakukan *scrolling* panjang ke bawah agar dapat melihat keseluruhan kategori produk. Hal tersebut tentunya akan membuat pengguna melakukan dua hal secara bersamaan jika ingin melihat keseluruhan kategori produk yaitu mengarahkan kursor pada menu Produk dan melakukan *scrolling*, hal ini tentunya akan sangat menyulitkan pengguna. Selain itu pada menu Produk sudah terdapat informasi kategori produk, dan pengguna lebih sering menggunakan kategori produk yang ada pada konten menu Produk dibanding menggunakan menu *dropdown* pada produk. Pengguna lebih sering melihat menu *dropdown* Produk untuk mencari informasi produk diskon dan produk terbaru. Oleh karena itu pada desain baru informasi kategori produk yang dibuat *dropdown* pada Produk dihapus dan diganti dengan informasi produk diskon, produk terbaru dan alat safety. Tampilan desain lama seperti gambar 4.24, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.25.



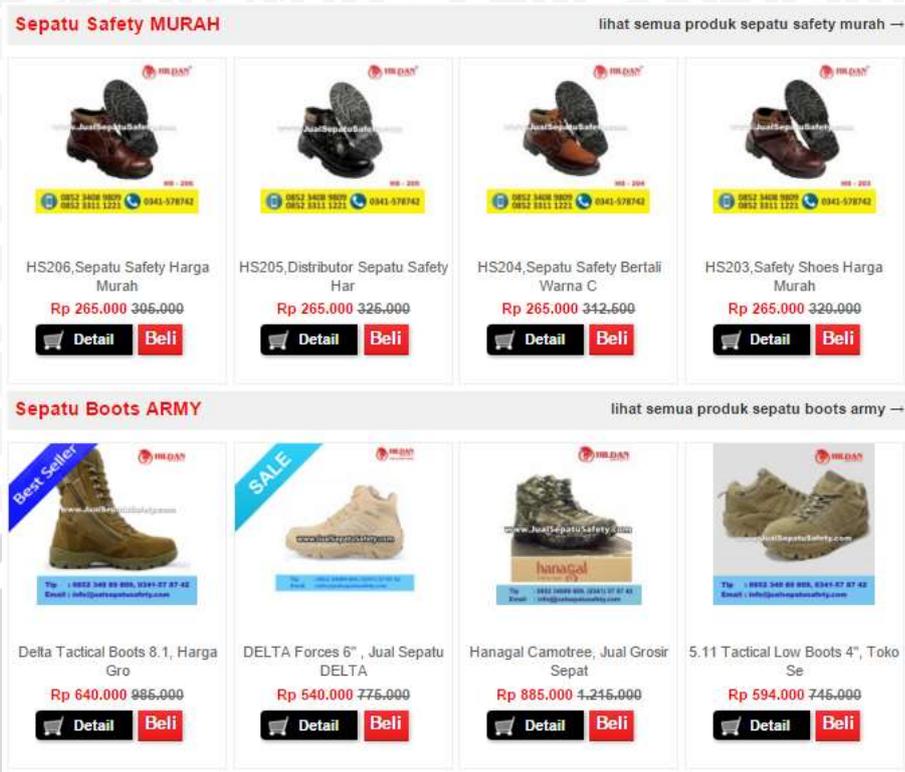
Gambar 4.24 Kategori produk yang dibuat *dropdown* pada menu produk  
 Sumber: Hildan Safety (2011)



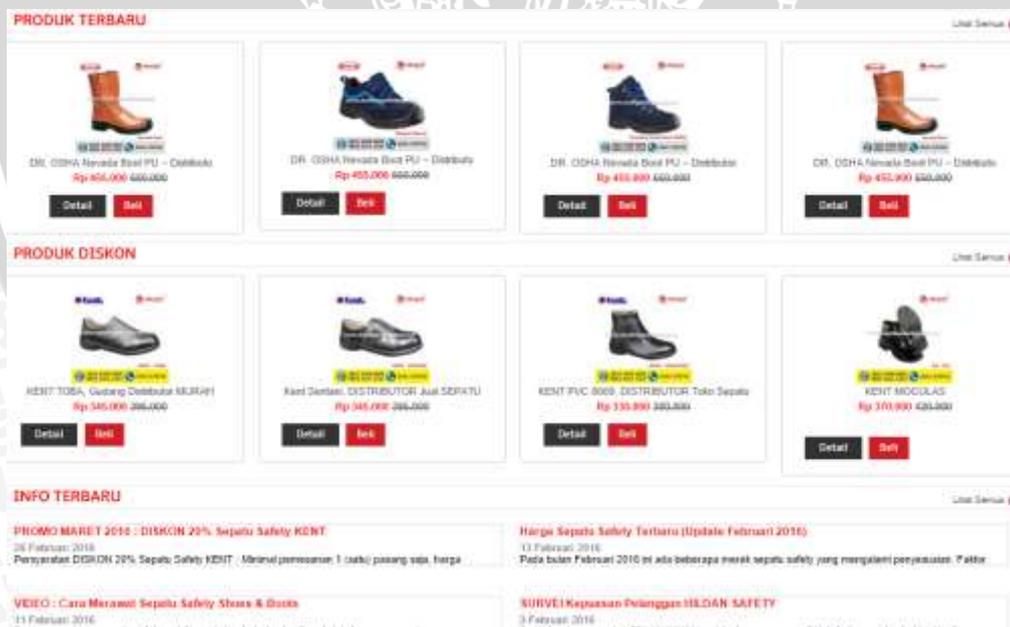
Gambar 4.25 Penghapusan kategori produk yang dibuat *dropdown* pada menu produk dan diubah menjadi produk terbaru, produk diskon dan alat safety

- Informasi produk masing-masing kategori pada menu beranda terlalu banyak dan mengganggu (T2-3). Pada desain lama menu Beranda berisi informasi produk beberapa kategori pada bagian bawah *slideshow*. Banyaknya informasi kategori produk yang ada membuat halaman pada menu Beranda sangat panjang, dan berhubung letak informasi Produk terbaru dan Info terbaru terletak dibagian bawah informasi produk per kategori membuat pengguna harus melakukan *scrolling* panjang kebawah secara perlahan untuk mengetahui informasi produk terbaru agar tidak terlewat. Oleh karena itu pada desain baru informasi produk per kategori dihapus karena terlalu panjang dan informasi tersebut dapat diakses dengan mengklik kategori produk yang ada pada menu Produk, sehingga informasi Produk terbaru dan Info terbaru dapat dilihat tanpa melakukan *scrolling* yang terlampau panjang. Tampilan desain lama seperti gambar 4.26, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.27.





Gambar 4.26 Produk kategori tertentu pada halaman beranda  
 Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.27 Penghapusan produk kategori tertentu pada menu beranda dan penambahan informasi produk terbaru dan produk diskon

5. *Slideshow* yang melebihi satu kurang diperhatikan dan mengganggu pengguna (T2-1). Pada desain lama terdapat tampilan *slideshow* yang lebih dari satu, hal ini dinilai pengguna membuat tampilan situs web terkesan

penyempurnaan desain ini diharapkan lebih menarik, selain itu pengguna juga berpendapat bahwa mereka jarang cenderung tidak begitu memperhatikan bagian *slideshow*. Oleh karena itu pada desain baru hanya terdapat satu *slideshow* sesuai dengan pendapat pengguna agar menu *slideshow* dibuat satu saja agar membuat situs web terlihat lebih leluasa dan tidak terlihat penuh. Tampilan desain lama seperti gambar 4.28, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.29.



Gambar 4.28 Slideshow yang terlalu banyak

Sumber: Hildan Safety (2011)



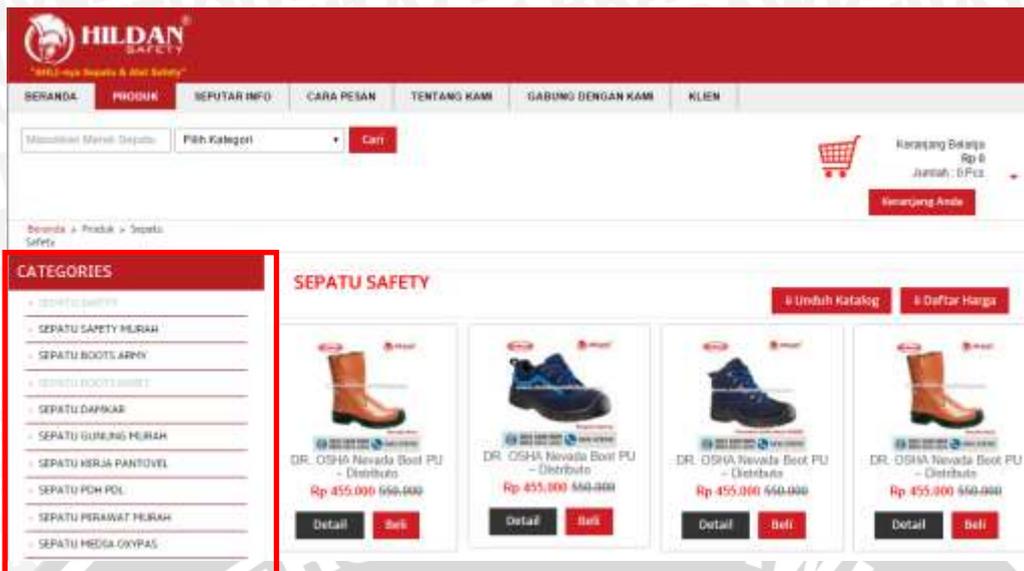
Gambar 4.29 Slideshow dibuat lebih simpel dan hanya menampilkan satu layar gambar

6. Informasi seperti kategori produk, kontak perusahaan, nomor rekening perusahaan, dan formulir pendaftaran promo sangat panjang dan diletakkan pada setiap halaman (T2-2). Pada desain lama informasi kategori produk diletakkan pada setiap menu, sehingga ada beberapa menu yang seharusnya tidak berhubungan dengan kategori produk, tapi pada menu tersebut terdapat informasi kategor produk. Hal tersebut dinilai kurang efektif dan hanya akan membuat halaman menjadi penuh. Oleh karena itu pada desain baru informasi kategori produk hanya diletakkan pada menu yang berhubungan dengan produk yaitu pada menu Produk sesuai dengan saran dari pengguna. Tampilan desain lama seperti gambar 4.30, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.31.



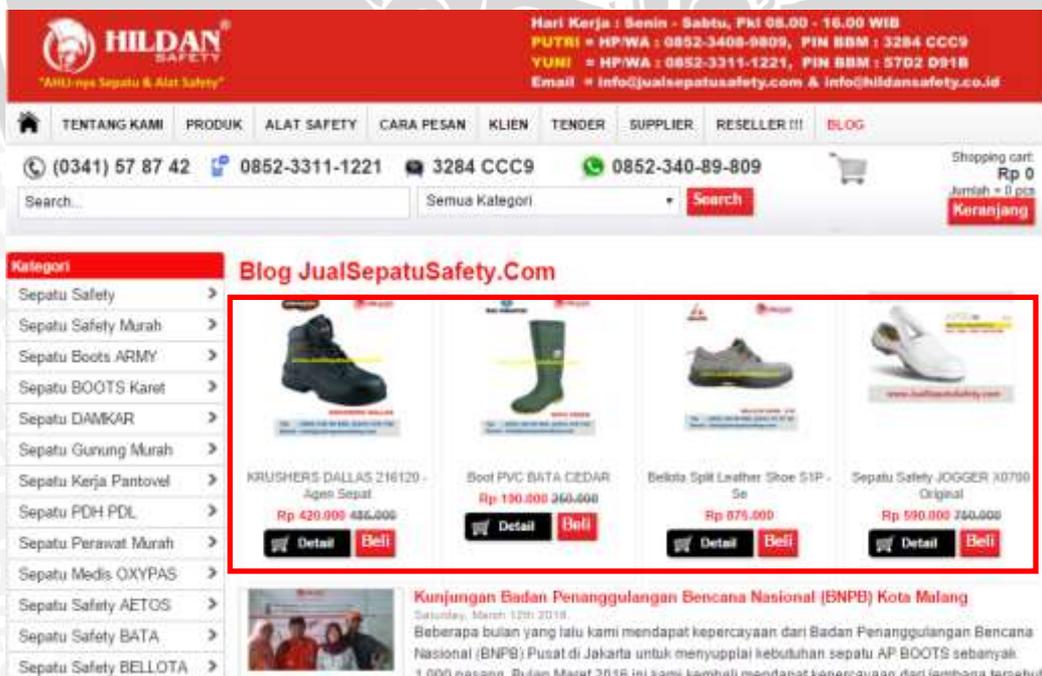
**Gambar 4.30 Informasi kategori produk yang diletakkan pada halaman cara pesan**

Sumber: Hildan Safety (2011)



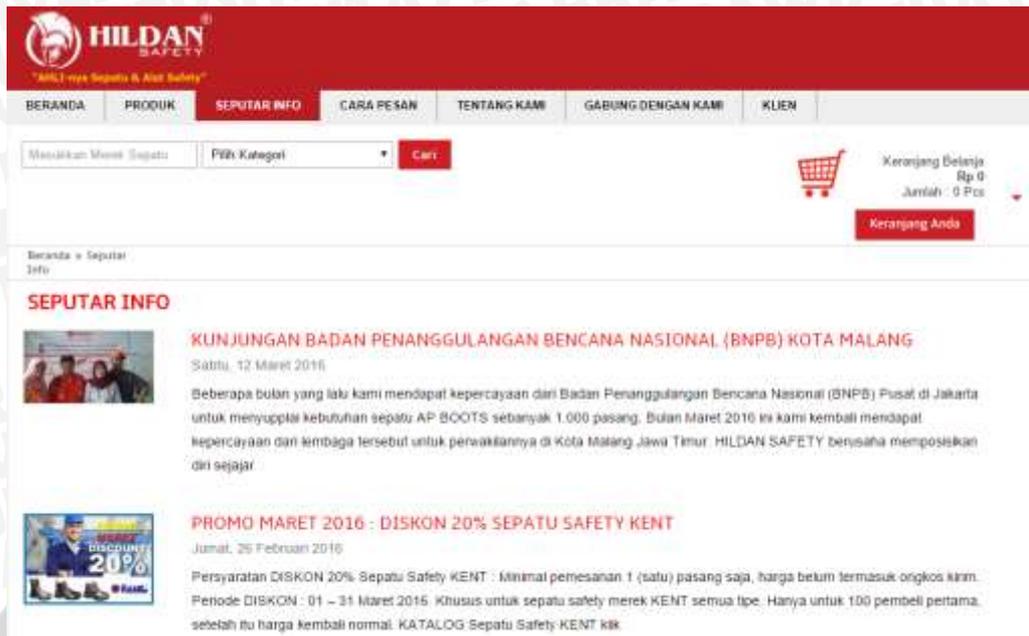
Gambar 4.31 Informasi kategori produk diletakkan pada menu produk

7. Peletakkan informasi produk terbaru pada menu info terbaru (T3-3). Pada desain lama menu Blog berisi informasi-informasi terkait produk dan artikel-artikel yang berkaitan dengan perusahaan dan sepatu. Pengguna menilai bahwa informasi produk tidak seharusnya diletakkan pada menu Blog karena sudah terdapat pada menu Produk. Sehingga pada desain baru menu Blog diganti menjadi Seputar Info agar sesuai dengan informasi yang ada didalamnya, dan informasi produk dihapus karena sudah ada menu Produk. Tampilan desain lama seperti gambar 4.32, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.33.



Gambar 4.32 Informasi produk yang diletakkan pada menu blog

Sumber: Hildan Safety (2011)



**Gambar 4.33 Penghapusan informasi produk pada menu seputar info**

8. Peletakkan informasi diskon yang sulit ditemukan oleh pengguna (T5-1). Pada desain lama informasi produk diletakkan pada *slideshow* dan pada bagian info terbaru, pengguna menilai lokasi penempatan tersebut kurang strategis. Karena pengguna mencari informasi tersebut dengan waktu yang lama. Dilihat dari penempatannya pada bagian *slideshow*, pengguna berpendapat bahwa mereka cenderung tidak melihat pada bagian *slideshow*. Sedangkan pada bagian info terbaru, pengguna berpendapat bahwa mereka jarang tidak mengira bahwa informasi diskon produk akan diletakkan pada Info terbaru. Pengguna lebih cenderung mencari informasi diskon produk pada bagian *dropdown* menu Produk atau dengan melakukan *scrolling* pada menu Beranda. Pengguna mengira informasi diskon akan diletakkan berdekatan dengan informasi Produk terbaru pada menu Beranda. Oleh karena itu berdasarkan kecenderungan pengguna dalam melakukan pencarian informasi diskon produk, maka pada desain baru informasi diskon diletakkan pada dekat dengan informasi Produk Terbaru pada menu Beranda dan pada menu Produk dengan dibuat *dropdown*. Tampilan desain lama seperti gambar 4.34, dan 4.35, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.36 dan 4.37.



Gambar 4.34 Informasi produk diskon yang diletakkan pada *slideshow*

Sumber: Hildan Safety (2011)

**INFO TERBARU**

**PROMO MARET 2016 : DISKON 20% Sepatu Safety KENT**  
 28 February 2016  
 Persyaratan DISKON 20% Sepatu Safety KENT : Minimal pemesanan 1 (satu) pasang saja, harga

**VIDEO : Cara Merawat Sepatu Safety Shoes & Boots**  
 11 February 2016  
 Bagi para pekerja, sepatu safety sudah menjadi sahabat setia. Sepatu ini akan menemani

**DISKON 20% Sepatu Safety UNICORN (Februari 2016)**  
 31 January 2016  
 Persyaratan DISKON 20% : Minimal pemesanan 1 (satu) pasang saja, harga belum termasuk ongkos kirim.

Gambar 4.35 Informasi produk diskon yang diletakkan pada halaman info terbaru

Sumber: Hildan Safety (2011)

**PRODUK DISKON**

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| <p>KENT T20A, Canggih dan nyaman<br/>Rp 245.000 396.000</p> | <p>Kend D20, DISKON 20% Ajaib SEPATU<br/>Rp 245.000 396.000</p> | <p>KENT PAC 8000, Canggih dan nyaman<br/>Rp 330.000 480.000</p> | <p>KENT MOCULAS<br/>Rp 370.000 430.000</p> |
|---|---|---|--|

**INFO TERBARU**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>PROMO MARET 2016 : DISKON 20% Sepatu Safety KENT</b><br/>                 28 February 2016<br/>                 Persyaratan DISKON 20% Sepatu Safety KENT : Minimal pemesanan 1 (satu) pasang saja, harga</p> | <p><b>Harga Sepatu Safety Terbaru (Update Februari 2016)</b><br/>                 13 February 2016<br/>                 Pada bulan Februari 2016 ini ada beberapa merek sepatu safety yang mengalami penurunan. Berikut</p> |
| <p><b>VIDEO : Cara Merawat Sepatu Safety Shoes &amp; Boots</b><br/>                 11 Februari 2016</p>  | <p><b>SURVEI Kepuasan Pelanggan HILDAN SAFETY</b><br/>                 3 Februari 2016</p>  |

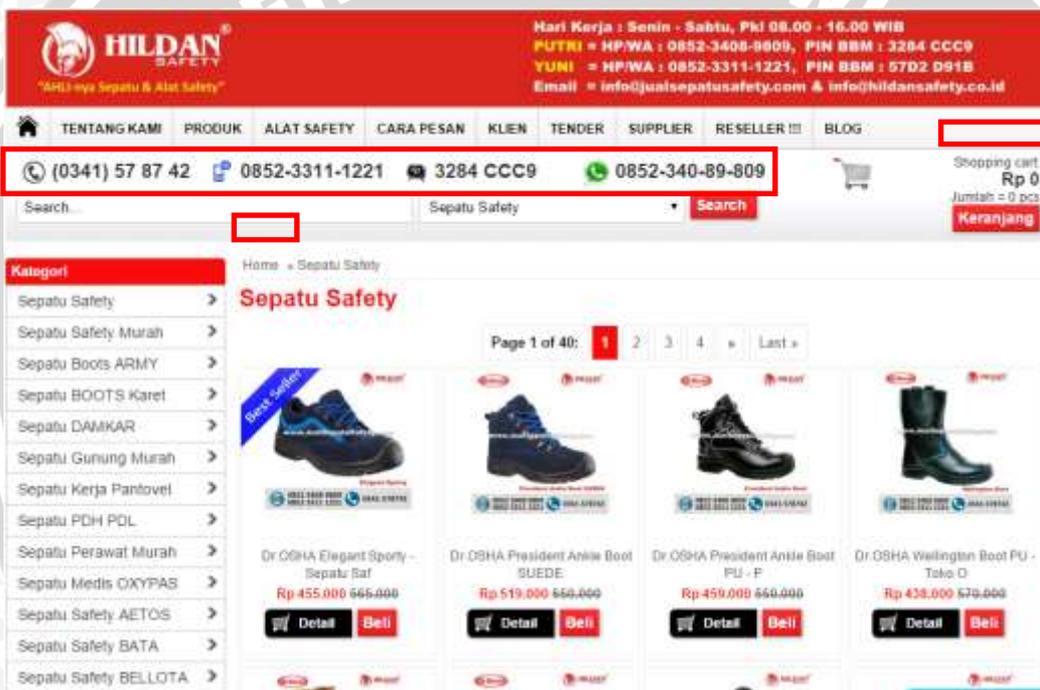
Gambar 4.36 Penambahan informasi produk diskon pada halaman beranda



Gambar 4.37 Penambahan informasi produk diskon pada menu produk dan dibuat dropdown

#### 4.2.3.2 Penggunaan bahasa tidak konsisten (M2)

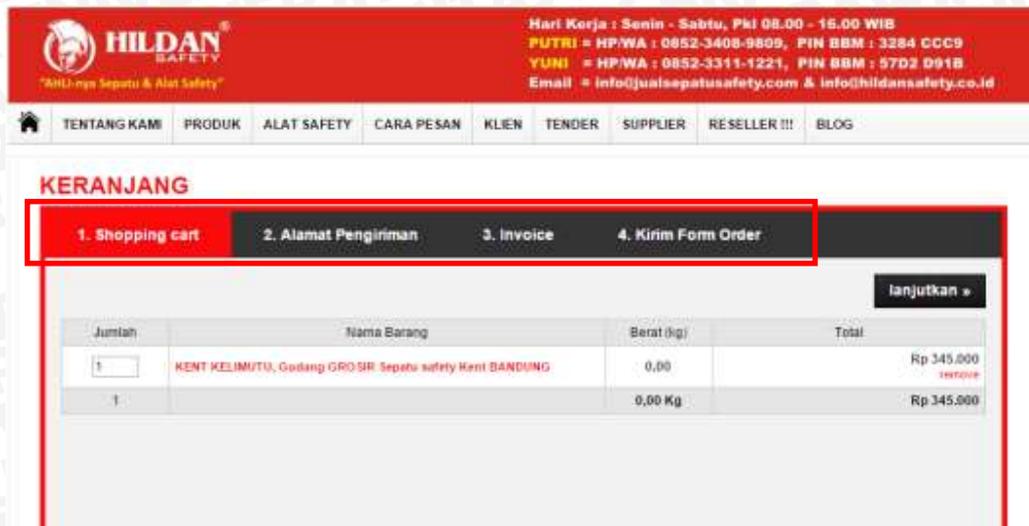
Penggunaan bahasa asing pada fitur pencarian (T4-1 dan T1-3)). Pada desain lama terdapat istilah dalam bahasa Inggris, sedangkan pada desain baru istilah yang menggunakan bahasa Inggris dihilangkan dan diubah menjadi bahasa Indonesia semua. Tampilan desain lama seperti gambar 4.10 dan 4.11, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.12 dan 4.13.



Gambar 4.10 Penggunaan istilah dalam bahasa Inggris pada fitur pencarian dan keranjang belanja

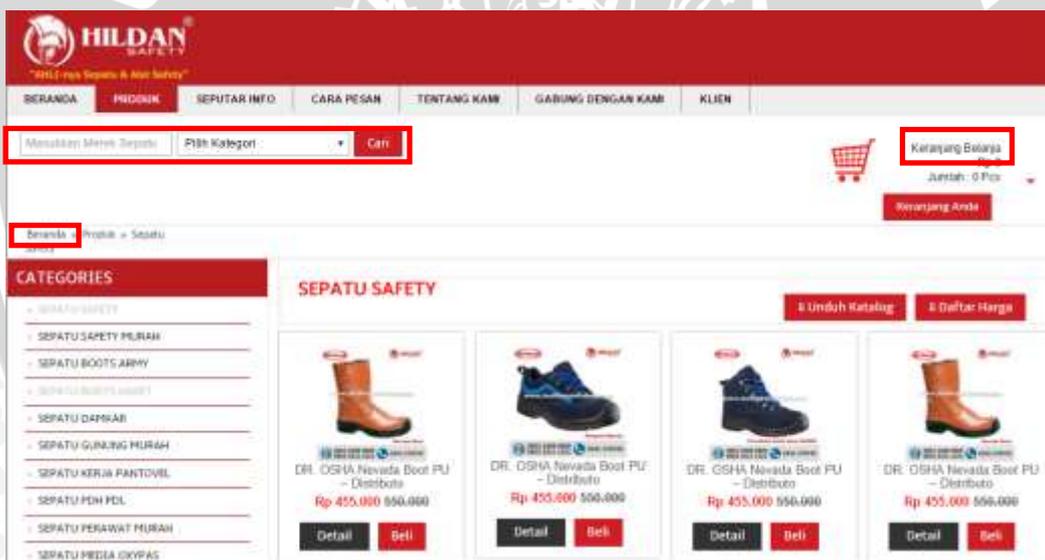
Sumber: Hildan Safety (2011)



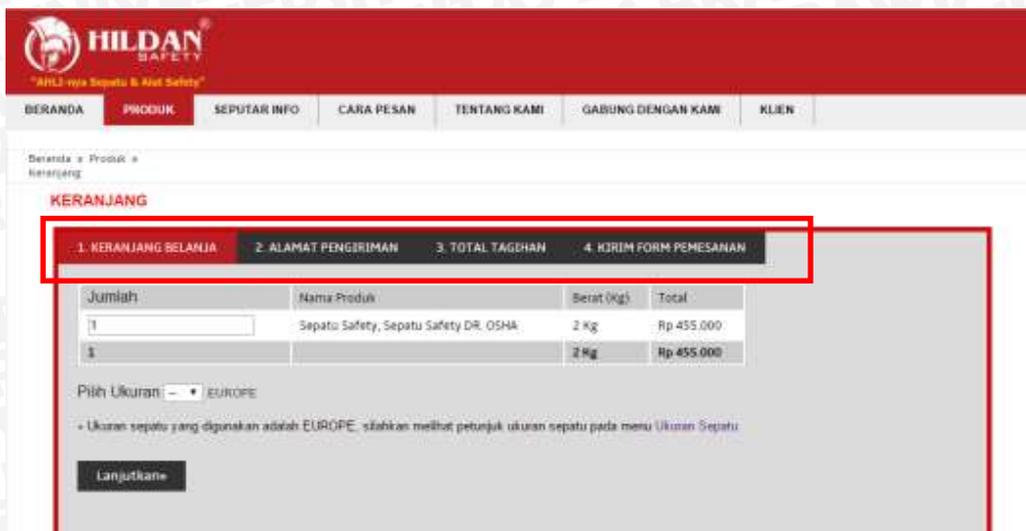


Gambar 4.11 Penggunaan istilah dalam bahasa Inggris pada formulir pemesanan

Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.12 Perubahan istilah berbahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia fitur pencarian dan keranjang belanja



Gambar 4.13 Perubahan istilah berbahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia pada formulir pemesanan

#### 4.2.3.3 Pengelompokkan menu navigasi yang sejenis (M3)

Pengelompokkan menu navigasi yang sejenis (T7-4). Pada desain lama menu Produk dan Alat Safety dibuat menu tersendiri, sedangkan pada desain baru menu Alat Safety dibuat *dropdown* pada menu Produk karena dianggap sejenis dan bersesuaian. Tampilan pada desain baru seperti gambar 4.56 dan untuk desain baru seperti pada gambar 5.57.



Gambar 4.56 Menu alat safety yang dipisah

Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.57 Perubahan menu alat safety dan dikelompokkan pada menu produk

#### 4.2.3.4 Terdapat lebih dari satu fitur pencarian (M4)

Terdapat lebih dari satu fitur pencarian (T4-3). Pada desain lama terdapat dua fitur pencarian yaitu pada bagian *header* dan pada bagian bawah kategori produk, sedangkan pada desain baru fitur pencarian pada bagian bawah kategori produk dihilangkan karena pengguna cenderung menggunakan fitur pencarian pada *header*. Tampilan desain lama seperti gambar 4.44 dan 4.45, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.46.



Gambar 4.44 Fitur pencarian pada bagian header

Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.45 Fitur pencarian yang diletakkan layout sebelah kiri di bawah kategori produk

Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.46 Fitur pencarian hanya diletakkan pada bagian header

#### 4.2.3.5 Penamaan menu navigasi (tautan) yang tidak sesuai dengan informasi yang dimuat (M5)

Penamaan tombol navigasi yang kurang sesuai dengan informasi yang dimuat (T3-1). Pada desain lama nama menu navigasi adalah Blog yang berisi informasi produk dan artikel terkait perusahaan dan sepatu, pada desain baru nama Blog diganti menjadi Seputar Info. Tampilan desain lama seperti gambar 4.38, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.39.



Gambar 4.38 Nama menu navigasi menggunakan istilah blog

Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.39 Perubahan nama menu navigasi blog menjadi seputar info

**4.2.3.6 Tidak ada perubahan warna tautan untuk membedakan halaman yang sudah dan belum dikunjungi (M6)**

Tidak ada perubahan warna tautan yang sudah maupun belum dikunjungi (T4-2 dan T3-2). Pada gambar diatas dapat diketahui bahwa pada desain lama tautan yang sudah dikunjungi tidak berubah warna. Oleh karena itu pada desain baru tautan yang sudah dikunjungi warnanya berubah, agar dapat memudahkan pengguna untuk membedakan tautan yang sudah dan sudah dikunjungi. Tampilan desain lama seperti gambar 4.40 dan 4.42, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.41 dan 4.43.

| Kategori              |   |
|-----------------------|---|
| Sepatu Safety         | > |
| Sepatu Safety Murah   | > |
| Sepatu Boots ARMY     | > |
| Sepatu BOOTS Karet    | > |
| Sepatu DAMKAR         | > |
| Sepatu Gunung Murah   | > |
| Sepatu Kerja Pantovel | > |
| Sepatu PDH PDL        | > |
| Sepatu Perawat Murah  | > |
| Sepatu Medis OXPAS    | > |

Gambar 4.40 Warna tautan sebelum dan sesudah dikunjungi pada kategori produk

Sumber: Hildan Safety (2011)



### CATEGORIES

- > [SEPATU SAFETY](#)

---

- > [SEPATU SAFETY MURAH](#)

---

- > [SEPATU BOOTS ARMY](#)

---

- > [SEPATU BOOTS KARET](#)

---

- > [SEPATU DAMKAR](#)

---

- > [SEPATU GUNUNG MURAH](#)

---

- > [SEPATU KERJA PANTOVEL](#)

---

- > [SEPATU PDH PDL](#)

---

- > [SEPATU PERAWAT MURAH](#)

---

- > [SEPATU MEDIA OXYPAS](#)

---

- > [SEPATU SAFETY AETOS](#)

Gambar 4.41 Perubahan warna tautan sebelum dan sesudah dikunjungi pada kategori produk



**Kunjungan Badan Penanggulangan Bencana Nasional (BNPB) Kota Malang**  
 Saturday, March 12th 2016.  
 Beberapa bulan yang lalu kami mendapat kepercayaan dari Badan Penanggulangan Bencana Nasional (BNPB) Pusat di Jakarta untuk menyuplai kebutuhan sepatu AP BOOTS sebanyak 1.000 pasang. Bulan Maret 2016 ini kami kembali mendapat kepercayaan dari lembaga tersebut untuk perwakilannya di Kota Malang Jawa Timur. HILDAN SAFETY berusaha memposisikan diri sejajar



**PROMO MARET 2016 : DISKON 20% Sepatu Safety KENT**  
 Friday, February 26th 2016.  
 Persyaratan DISKON 20% Sepatu Safety KENT : Minimal pemesanan 1 (satu) pasang saja, harga belum termasuk ongkos kirim. Periode DISKON : 01 – 31 Maret 2016. Khusus untuk sepatu safety merek KENT semua tipe. Hanya untuk 100 pembeli pertama, setelah itu harga kembali normal. KATALOG Sepatu Safety KENT klik



**Harga Sepatu Safety TERBARU (Update Februari 2016)**  
 Saturday, February 13th 2016.  
 Pada bulan Februari 2016 ini ada beberapa merek sepatu safety yang mengalami penyesuaian. Faktor biaya bahan baku, biaya produksi, harga bahan bakar hingga upah pekerja menjadi dasar dari penetapan harga sepatu safety. Harga sepatu safety CATERPILLAR Original mengalami kenaikan sekitar Rp 100.000,- hingga Rp 300.000,- per pasang. Hal ini

Gambar 4.42 Warna tautan sebelum dan sesudah dikunjungi pada menu blog

Sumber: Hildan Safety (2011)



**SEPUTAR INFO**



**KUNJUNGAN BADAN PENANGGULANGAN BENCANA NASIONAL (BNPB) KOTA MALANG**

Sabtu, 12 Maret 2016

Beberapa bulan yang lalu kami mendapat kepercayaan dari Badan Penanggulangan Bencana Nasional (BNPB) Pusat di Jakarta untuk menyalurkan kebutuhan sepatu AP BOOTS sebanyak 1.000 pasang. Bulan Maret 2016 ini kami kembali mendapat kepercayaan dari lembaga tersebut untuk perwakilannya di Kota Malang Jawa Timur. HILDAN SAFETY berusaha memposisikan diri sejajar



**PROMO MARET 2016 : DISKON 20% SEPATU SAFETY KENT**

Jumat, 26 Februari 2016

Persyaratan DISKON 20% Sepatu Safety KENT : Minimal pemesanan 1 (satu) pasang saja, harga belum termasuk ongkos kirim. Periode DISKON : 01 – 31 Maret 2016. Khusus untuk sepatu safety merek KENT semua tipe. Hanya untuk 100 pembeli pertama setelah itu harga kembali normal. KATALOG Sepatu Safety KENT Nik



**HARGA SEPATU SAFETY TERBARU (UPDATE FEBRUARI 2016)**

Sabtu, 13 Februari 2016

Pada bulan Februari 2016 ini ada beberapa merek sepatu safety yang mengalami penyesuaian. Faktor biaya bahan baku, biaya produksi, harga bahan bakar hingga upah pekerja menjadi dasar dari penetapan harga sepatu safety. Harga sepatu safety CATERPILLAR Original mengalami kenaikan sekitar Rp 100.000,- hingga Rp 300.000,- per pasang. Hal ini

**Gambar 4.43 Perubahan warna tautan sebelum dan sesudah dikunjungi pada menu seputar info**

**4.2.3.7 Penulisan konten yang kurang jelas dan lengkap (M7)**

1. Keterangan keranjang belanja yang terletak pada header kurang jelas (T1-1). Tidak terdapat keterangan yang jelas terkait kata kunci yang harus dimasukkan pada kolom pencarian (T4-4). Pada desain lama ikon keranjang belanja berukuran kecil dan mempunyai warna yang kurang cerah sehingga pada desain baru ikon keranjang belanja diperbesar dan menggunakan warna yang cerah agar dapat terlihat dengan jelas serta terdapat perubahan keterangan “Keranjang” menjadi “Keranjang Anda” untuk memperjelas maksud ikon dan tombol tersebut (T1-1). Selain itu pada kolom pencarian ditambah keterangan kata kunci yang harus dimasukkan (T4-4). Tampilan pada desain lama seperti pada gambar 4.5, dan untuk tampilan desain baru pada gambar 4.6.



**Gambar 4.5 Kolom pencarian yang tidak ada keterangannya dan ikon keranjang belanja**

Sumber: Hildan Safety (2011)





Gambar 4.6 Penambahan keterangan pada kolom pencarian dan perubahan ikon keranjang belanja

2. Pesan konfirmasi keberhasilan penambahan barang pada keranjang belanja kurang terlihat(T1-4). Pada desain lama pesan konfirmasi bahwa barang telah ditambahkan berupa tulisan kecil dan hanya muncul beberapa detik, sedangkan pada desain baru pesan konfirmasi ditampilkan dalam bentuk *pop up* dan terdapat informasi barang yang ditambahkan dan tombol tautan “Lanjut Belanja” yang berarti pengguna akan diarahkan ke halaman sebelumnya dan tombol “Selesai Belanja” yang akan diarahkan pada halaman formulir pemesanan. Tampilan pada desain lama seperti pada gambar 4.7, dan untuk tampilan desain baru pada gambar 4.8.



Gambar 4.7 Pesan yang muncul setelah menambahkan barang ke keranjang belanja

Sumber: Hildan Safety (2011)



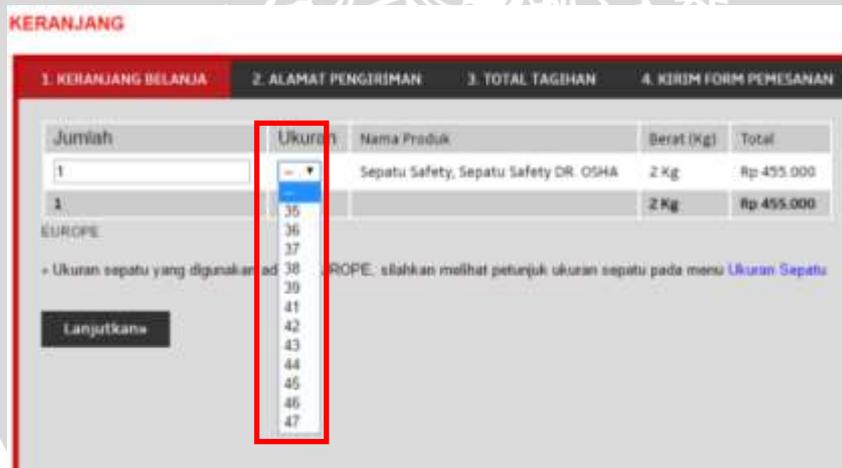
**Gambar 4.8 Perubahan pesan yang muncul menjadi *pop up***

3. Tidak ada kolom untuk pengisian ukuran sepatu pada formulir pemesanan (T1-6). Pada desain lama tidak terdapat kolom untuk menginputkan informasi ukuran sepatu yang akan dipesan, sedangkan pada desain baru terdapat kolom untuk menginputkan ukuran sepatu yang akan dipesan dan terdapat informasi petunjuk pengukuran sepatu. Tampilan pada desain lama seperti pada gambar 4.9, dan untuk tampilan desain baru pada gambar 4.10.



**Gambar 4.9 Formulir pemesanan yang menampilkan informasi barang yang dipesan**

Sumber: Hildan Safety (2011)



**Gambar 4.10 Penambahan kolom ukuran sepatu yang akan dipesan**

4. Tidak terdapat informasi cara pemesanan lewat sistem (T1-8). Pada desain lama tidak terdapat informasi cara pemesanan melalui situs web (Keranjang Belanja) pada menu Cara Pesan. Hal ini tentunya akan membingungkan pengguna ketika melakukan pemesanan melalui situs web karena tidak terdapat petunjuk cara pemesanan. Oleh karena itu pada desain baru dibuat informasi cara pemesanan melalui situs web yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik situs. Sehingga akan memudahkan pengguna ketika tidak mengetahui langkah selanjutnya yang harus dilakukan saat

pemesanan melalui situs web. Tampilan desain lama seperti gambar 4.11, dan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.12.

Silahkan pilih yang paling mudah bagi Anda :

**A. Pemesanan via email :** [info@jualsepatusafety.com](mailto:info@jualsepatusafety.com)

1. Melihat menu PRODUK untuk melihat : Model dan Kode produk.
2. Sebutkan : Kode produk, Warna, Ukuran dan Jumlah pesanan.
3. Cantumkan data : Nama lengkap, Alamat lengkap, Nomor telepon / handphone atau nomor telepon rumah/kantor.
4. Setelah email order kami terima, kami akan mengirimkan sms / email konfirmasi pemesanan.
5. Transfer pembayaran total belanja ditambah ongkos kirim, setelah menerima konfirmasi dari kami.

**B. Pemesanan via SMS :** 0852 340 89 809 (Telkomsel – INDONESIA).

1. Melihat Katalog Produk untuk melihat : Model dan Kode produk.
2. Kirim SMS ke 0852 340 89 809 (Telkomsel) dengan format =
3. Type sepatu # ukuran # warna # jumlah # nama # alamat. Contoh = P101 # 40 # hitam # 25 # Hildan Fathoni # Jln.Moch.Rasyid 9 B,Malang
4. Kami akan mengirimkan email/sms konfirmasi pemesanan.
5. Transfer pembayaran Total belanja + Ongkos kirim, setelah menerima konfirmasi kami.

**PEMBAYARAN :**

Sebelumnya kami akan menginformasikan Jumlah total pembelanjaan + Ongkos kirim. Pembayaran dapat dilakukan lewat transfer atau setoran tunai ke rekening kami :

**Gambar 4.11 Informasi pada cara pemesanan tidak lengkap**

Sumber: Hildan Safety (2011)

Silahkan pilih yang paling mudah bagi Anda :

**A. Pemesanan via email :** [info@jualsepatusafety.com](mailto:info@jualsepatusafety.com)

1. Melihat menu PRODUK untuk melihat : Model dan Kode produk.
2. Sebutkan : Kode produk, Warna, Ukuran dan Jumlah pesanan.
3. Cantumkan data : Nama lengkap, Alamat lengkap, Nomor telepon / handphone atau nomor telepon rumah/kantor.
4. Setelah email order kami terima, kami akan mengirimkan sms / email konfirmasi pemesanan.
5. Transfer pembayaran total belanja ditambah ongkos kirim, setelah menerima konfirmasi dari kami.

**B. Pemesanan via SMS :** 0852 340 89 809 (Telkomsel – INDONESIA).

1. Melihat Katalog Produk untuk melihat : Model dan Kode produk.
2. Kirim SMS ke 0852 340 89 809 (Telkomsel) dengan format = Type sepatu # ukuran # warna # jumlah # nama # alamat. Contoh = P101 # 40 # hitam # 25 # Hildan Fathoni # Jln.Moch.Rasyid 9 B,Malang
3. Kami akan mengirimkan email/sms konfirmasi pemesanan.
4. Transfer pembayaran Total belanja + Ongkos kirim, setelah menerima konfirmasi kami.

**C. Pemesanan via Website,**

1. Melihat Katalog Produk untuk melihat : Model dan Kode produk.
2. Tambahkan produk yang ingin dipesan ke Keranjang Belanja
3. Lengkapi data yang diminta pada formulir pemesanan, kemudian pilih Kirim Form Order
4. Kami akan mengirimkan email/sms konfirmasi pemesanan.
5. Transfer pembayaran Total belanja + Ongkos kirim, setelah menerima konfirmasi kami.

**PEMBAYARAN :**

Sebelumnya kami akan menginformasikan Jumlah total pembelanjaan + Ongkos kirim. Pembayaran dapat dilakukan lewat transfer atau setoran tunai ke rekening kami

BCA : 124 035 0277 a.n HILDAN FATHONI

MANDIRI : 144 00 1308 9948 a.n HILDAN FATHONI

BRI : 005 10 110 5646 502 a.n HILDAN FATHONI

**Gambar 4.12 Penambahan cara pemesanan melalui web pada cara pemesanan**

#### 4.2.3.8 Waktu perubahan gambar pada *slideshow* yang terlalu cepat (M8)

Pada desain lama waktu gambar ditampilkan pada *slideshow* hanya 3 detik, sedangkan pada desain baru waktu gambar ditampilkan menjadi 4 detik.

#### 4.2.3.9 Terlalu banyak *scrolling* (M9)

1. Peletakkan formulir pendaftaran pada bagian yang tidak terlihat pada tampilan awal situs web (T6-1). Pada desain lama formulir pendaftaran diletakkan pada layout sebelah kiri setiap menu, hal ini dinilai pengguna tidak sesuai dengan isi atau konten setiap menu. Selain itu penempatan formulir pendaftaran yang diletakkan pada bagian bawah pada menu Beranda membuat pengguna harus melakukan *scrolling* terlebih dahulu agar dapat melihat formulir tersebut. Oleh karena itu pada desain baru formulir pendaftaran promo produk hanya diletakkan pada menu tertentu yang berhubungan dengan produk yang pada menu Beranda dan menu Produk. Pada menu Beranda formulir pendaftaran diletakkan pada bagian atas agar pengguna yang pertama kali mengakses situs web dapat mengetahui keberadaan formulir pendaftaran. Sedangkan pada menu Produk diletakkan setelah informasi Kategori produk, hal ini karena pada menu Produk harus mencerminkan informasi produk, oleh karena itu kategori produk diletakkan pada bagian atas dan baru setelah itu formulir pendaftaran. Tampilan desain lama seperti gambar 4.47, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.48 dan 4.49.

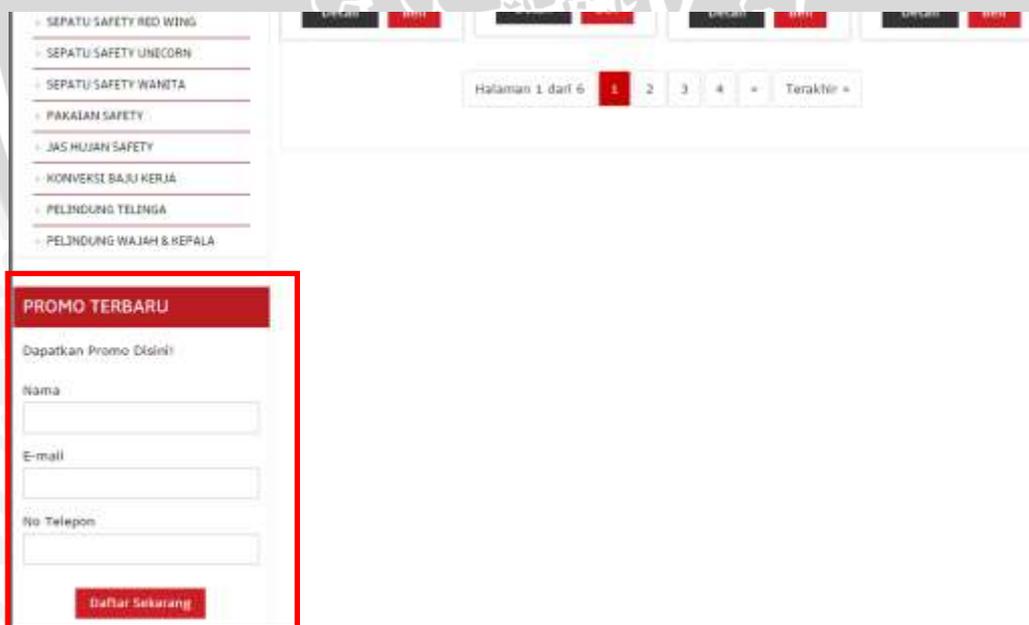
The screenshot displays a website interface. On the left side, there is a registration form titled "Dapatkan PROMO Disini!!!". The form includes fields for "Nama Depan", "Email Utama", and "No. HP", along with a "Daftar Sekarang" button. The form is highlighted with a red border. On the right side, there are three product listings under the heading "Sepatu Boots ARMY". Each listing features a product image, a price, and "Detail" and "Beli" buttons. Below this, there is another section titled "Pakaian Safety" with three more product listings. The background of the page features a repeating watermark of the Brawijaya University logo and name.

Gambar 4.47 Formulir pendaftaran promo yang diletakkan pada setiap halaman dibawah kategori produk

Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.48 Kategori produk diletakkan pada menu beranda pada bagian kiri atas



Gambar 4.49 Formulir pendaftaran promo yang diletakkan di bawah kategori produk pada menu produk

2. Peletakkan informasi diletakkan pada bagian bawah deskripsi perusahaan yang panjang (T7-1). Pada desain lama informasi alamat perusahaan

diletakkan pada menu Tentang Kami pada bagian bawah halaman. Sehingga pengguna yang ingin mencari informasi alamat perusahaan harus melakukan *scrolling* panjang ke bawah terlebih dahulu. Selain itu deskripsi perusahaan yang panjang membuat pengguna harus melakukan *scrolling* secara perlahan agar informasi alamat perusahaan tidak terlewat. Pada desain baru informasi alamat perusahaan diletakkan pada *layout* bagian kanan halaman, hal ini bertujuan agar pengguna dapat mengetahui alamat perusahaan tanpa harus melakukan *scrolling* terlebih dahulu sehingga dapat lebih efisien. Tampilan desain lama seperti gambar 4.50, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.51.

Tahun 2014 HILDAN SAFETY © memantapkan diri sebagai **"One Stop Safety Solution"**. Kami memperluas lini produk menjadi : **safety shoes, safety wear and equipment, safety video & safety training**. Konsep **one stop service** memudahkan para klien untuk memenuhi seluruh kebutuhannya pada satu tempat. Karena kami faham hubungan yang terjalin sekian lama ini melebihi hubungan antara supplier dan customer. Tetapi sudah menjadi **h keluarga** yang saling mendukung dan melayani seluruh komponen pertumbuhan bisnis Anda. Visi besar ini didukung oleh tenaga *customer service* yang professional, ramah dan cekatan dalam memenuhi kebutuhan para Klien pribadi maupun *corporate*.

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh klien yang telah bekerjasama dan memberikan kepercayaan kami. Kebanggaan bagi kami bisa melayani berbagai perusahaan besar dan instansi pemerintah. Kerja keras dan tersebut kami persembahkan guna mendukung kemajuan perusahaan para klien.

Hormat kami,

Direktur

**HILDAN FATHONI, SE**

Untuk penawaran TERBAIK silahkan menghubungi konsultan ahli kami.

**HUBUNGI KAMI :**

Senin – Sabtu, Pkl 08.00 – 16.00 WIB

0852-3408-9809 (SMS, Telepon & WhatsApp)

0852-3311-1221 (SMS, Telepon & WhatsApp)

+62 341 578742 (INDONESIA & International)

Email : [info@jualsepatusafety.com](mailto:info@jualsepatusafety.com) & [info@hildansafety.co.id](mailto:info@hildansafety.co.id)

**Kantor HILDAN SAFETY © :**

CV. TELADAN GROUP INDONESIA – Jl.Moch.Rasyid No.9 B, RT.12 RW.03,Kelurahan Mulyorejo, Kec. Sukun, Kota Malang,Jawa Timur, Indonesia 65147.

**PETA KAMI :**



**Gambar 4.50 Informasi alamat perusahaan diletakkan di bawah deskripsi perusahaan pada menu tentang kami**

Sumber: Hildan Safety (2011)



**Gambar 4.51 Informasi alamat perusahaan diletakkan pada *layout* bagian kanan atas dan di sebelah deskripsi perusahaan pada menu tentang kami**

#### 4.2.3.10 Urutan menu navigasi yang kurang sesuai (M10)

Peletakkan menu navigasi yang tidak sesuai urutan menu yang paling sering dikunjungi (T7-2). Pada desain lama urutan menu dinilai pengguna belum sesuai dengan prioritas, yaitu menu yang paling penting diletakkan dibagian paling kiri. Sedangkan pada desain baru urutan menu dibuat sesuai dengan prioritas menu yang paling penting dibagian kiri. Dapat dilihat pada desain lama menu Blog diletakkan pada bagian paling kanan, menurut pengguna seharusnya menu Blog jangan diletakkan pada bagian tersebut karena dinilai penting oleh pengguna dan sebaiknya penamaan menu Blog diganti dengan nama yang lebih sesuai. Menu Blog berisi informasi-informasi seperti diskon, dan artikel-artikel terkait sepatu sehingga akan lebih baik jika nama diganti menjadi menu Seputar Info dan diletakkan setelah menu Produk. Tampilan desain lama seperti gambar 4.52, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.53.



**Gambar 4.52 Menu navigasi pada bagian *header***

Sumber: Hildan Safety (2011)



**Gambar 4.53 Perubahan urutan dan nama menu navigasi pada bagian *header***

#### 4.2.3.11 Desain menu navigasi yang tidak sama (M11)

Pada gambar di atas dapat diketahui bahwa tautan menu yang ada tidak konsisten, ada yang menggunakan icon dan ada yang menggunakan tulisan, pada desain baru semua tautan menggunakan tulisan. Tampilan desain lama seperti gambar 4.54, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.55.



Gambar 4.54 Tautan menu menggunakan gambar

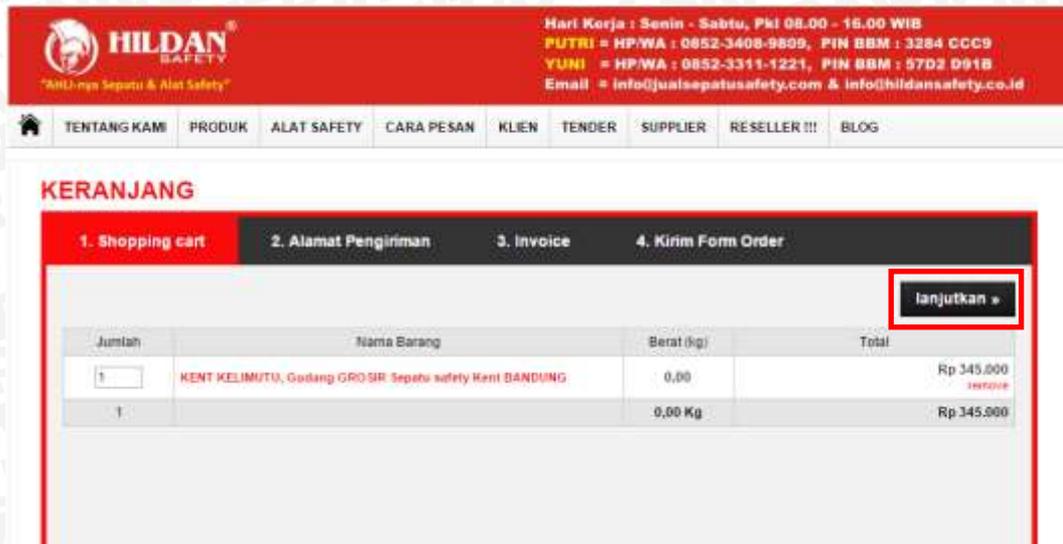
Sumber: Hildan Safety (2011)



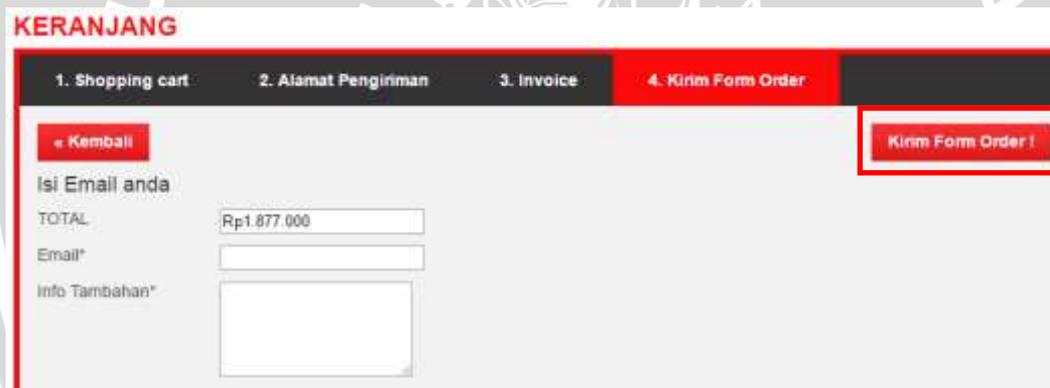
Gambar 4.55 Perubahan tautan menu menjadi tulisan

#### 4.2.3.12 Penempatan dan pewarnaan tombol (M12)

Tombol submit yang terletak pada bagian atas formulir pemesanan dan warna tombol yang tidak sama (T1-5). Pada desain lama tombol submit pada desain lama diletakkan pada bagian atas form, hal ini cenderung tidak sesuai dengan desain situs web kebanyakan sehingga pengguna merasa kurang nyaman dengan peletakkan tersebut. pengguna berpendapat bahwa ketika melakukan pengisian formulir yang cenderung mengarah kebagian bawah halaman. Oleh karena itu untuk memudahkan pengguna dan berdasarkan saran dari partisipan, maka pada desain baru tombol submit diletakkan pada bagian bawah formulir pemesanan. Selain itu, pada desain lama tombol "Kirim Form Order" berwarna merah, padahal pada desain halaman sebelumnya untuk menuju halaman selanjutnya tombol "Selanjutnya" berwarna hitam. Sehingga pada desain baru warna tombol "Kirim Form Order" diganti menjadi hitam menyesuaikan dengan desain halaman sebelumnya. Tampilan desain lama seperti gambar 4.14 dan 4.15, sedangkan untuk tampilan desain baru seperti pada gambar 4.16 dan 4.17.



Gambar 4.14 Tata letak dan warna tombol lanjutkan pada formulir pemesanan  
Sumber: Hildan Safety (2011)



Gambar 4.15 Tata letak dan warna tombol kirim form order pada formulir pemesanan  
Sumber: Hildan Safety (2011)

**HILDAN SAFETY**  
"AHLI nya Sepatu & Alat Safety"

BERANDA | **PRODUK** | SEPUTAR INFO | CARA PESAN | TENTANG KAMI | GABUNG DENGAN KAMI | KLIEN

Beranda » Produk » Kerasang

**KERANJANG**

1. KERANJANG BELANJA | 2. ALAMAT PENGIRIMAN | 3. TOTAL TAGIHAN | 4. KIRIM FORM PEMESANAN

| Jumlah | Nama Produk                           | Berat (kg) | Total      |
|--------|---------------------------------------|------------|------------|
| 1      | Sepatu Safety, Sepatu Safety DR. OSHA | 2 Kg       | Rp 455.000 |
| \$     |                                       | 2 Kg       | Rp 455.000 |

Pilih Ukuran:

\* Ukuran sepatu yang digunakan adalah EUROPE, silahkan melihat petunjuk ukuran sepatu pada menu Ukuran Sepatu

**Lanjutkan**

Gambar 4.16 Perubahan letak tombol lanjutkan dipindah ke bagian bawah formulir pemesanan

**KERANJANG**

1. KERANJANG BELANJA | 2. ALAMAT PENGIRIMAN | 3. TOTAL TAGIHAN | **4. KIRIM FORM PEMESANAN**

TOTAL

Email\*

Info Tambahan

\* Info Tambahan dapat diisi dengan petunjuk arah alamat pengiriman barang

**«Kembali** | **Kirim Form Order»**

Gambar 4.17 Perubahan tata letak dan warna tombol kirim form order

## BAB 5 EVALUASI RANCANGAN PERBAIKAN DAN ANALISIS PERBANDINGAN

Pada bab ini akan diuraikan analisa dan pembahasan hasil pengumpulan data yang telah diolah. Analisa dilakukan pada desain lama berdasarkan nilai *usability* yang diperoleh dari kuesioner WEBUSE dan analisa permasalahan dari pengujian *usability*. Analisa juga dilakukan pada desain baru berdasarkan nilai *usability* yang diperoleh dari kuesioner WEBUSE dan dibandingkan dengan desain lama.

### 5.1 Evaluasi *usability* rancangan perbaikan dengan menggunakan kuesioner WEBUSE

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner WEBUSE kepada 30 responden. Responden diminta untuk melakukan penjelajahan terhadap desain baru situs, kemudian responden diminta untuk menilai desain baru tersebut dengan cara mengisi kuesioner WEBUSE. Berikut ini merupakan contoh perhitungan rata-rata hasil kuesioner per kategori dan secara keseluruhan pada kuesioner WEBUSE, sedangkan untuk rincian hasil keseluruhan kuesioner WEBUSE pada tahap evaluasi perbaikan rancangan terdapat pada lampiran C.2.

#### 1. Perhitungan nilai *usability* kategori *Navigation and Links*

Merit untuk setiap atribut pada kategori *Navigation and Links* dihitung dengan menggunakan persamaan (2.3) seperti pada gambar 5.1.

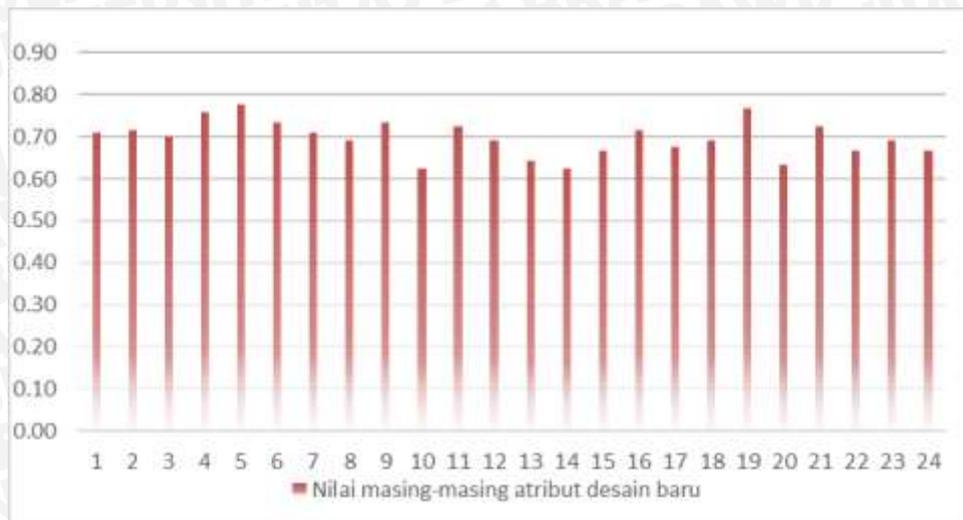
$$x = \frac{\sum \text{Merit setiap atribut per responden}}{\text{jumlah responden}}$$

$$x = \frac{12.25}{30}$$

$$x = 0.71$$

Gambar 5.1 Contoh perhitungan nilai *usability* desain lama untuk atribut 1 pada kategori *navigation and links*

Hasil perhitungan *usability* desain baru untuk masing-masing atribut dapat dilihat pada gambar 5.2, dan hasil perhitungan *usability* desain baru per kategori dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut:



Gambar 5.2 Nilai *usability* desain baru untuk masing-masing atribut

Perhitungan nilai *usability* pada kategori *Navigation and Links* dihitung dengan menggunakan persamaan (2.2) seperti pada gambar 5.3.

$$x = \frac{\sum \text{Merit untuk setiap atribut per kategori}}{\text{jumlah atribut per kategori}}$$

$$x = \frac{0.71 + 0.72 + 0.7 + 0.76 + 0.78 + 0.73}{6}$$

$$x = 0.73$$

Gambar 5.3 Contoh perhitungan nilai *usability* desain lama pada kategori *navigation and links*

Tabel 5.1 Hasil perhitungan *usability* desain baru per kategori WEBUSE

| Kriteria                                      | Point | Level Usability |
|---|-------|-----------------|
| <i>Content, Organization, and Readability</i> | 0.73  | Good            |
| <i>Navigation and Links</i>                   | 0.70  | Good            |
| <i>User Interface Design</i>                  | 0.67  | Good            |
| <i>Performance and Effectiveness</i>          | 0.69  | Good            |

2. Perhitungan *usability* keseluruhan kategori

Perhitungan *usability* keseluruhan kategori WEBUSE dengan menggunakan persamaan (2.1), seperti pada gambar 5.4.

$$x = \frac{\sum \text{Merit untuk setiap kategori}}{\text{jumlah kategori}}$$

$$x = \frac{0.73 + 0.70 + 0.67 + 0.69}{4}$$

$$x = 0.70 \text{ (Good)}$$

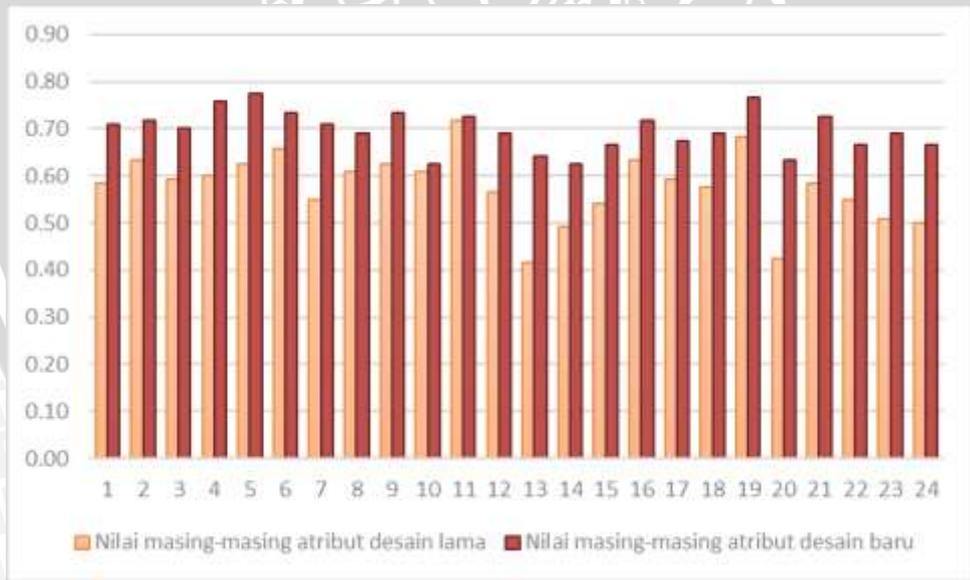
Gambar 5.4 Contoh perhitungan nilai *usability* desain lama secara keseluruhan

## 5.2 Analisis perbandingan

Setelah dilakukan perancangan desain baru dan evaluasi *usability* usulan desain baru, akan dilakukan analisis perbandingan nilai *usability* antara desain lama dengan desain baru.

### 5.2.1 Analisis perbandingan nilai *usability* masing-masing atribut pada kuesioner WEBUSE

Analisis dilakukan dengan membandingkan nilai *usability* desain lama dan desain baru pada masing-masing atribut dalam kuesioner WEBUSE. Perbandingan nilai *usability* antara desain lama dan desain baru pada masing-masing atribut dalam kuesioner WEBUSE dapat dilihat pada gambar 5.5 berikut:



Gambar 5.5 Perbandingan nilai *usability* antara desain lama dan desain baru per atribut pada kuesioner WEBUSE

Dari hasil perbandingan nilai *usability* pada masing-masing atribut pada gambar 5.5 dapat diketahui bahwa nilai *usability* meningkat pada desain baru. Peningkatan nilai *usability* diantara 0.01 – 0.23, peningkatan akan dibagi menjadi tiga kelompok berdasarkan rentang peningkatan nilai *usability* dibagi tiga. Dengan demikian diperoleh tiga kelompok peningkatan nilai *usability* yaitu,



kenaikan nilai *usability* signifikan  $> 0.15$ , kenaikan nilai *usability* sedang  $0.08 > p \leq 0.15$ , kenaikan nilai *usability* tidak signifikan  $0.01 - 0.08$ .

#### 5.2.1.1 Kenaikan nilai *usability* signifikan ( $> 0.15$ )

Kenaikan nilai *usability* secara signifikan terjadi pada atribut 4,7,13,20,23, dan 24. Kenaikan nilai *usability* ini dikarenakan adanya perbaikan yang dilakukan. Seperti pada atribut 4 (Saya dapat dengan mudah membaca isi/konten situs web ini), perbaikan dilakukan dengan membuat isi/konten situs pada desain baru dibuat lebih ringkas tanpa menghilangkan informasi penting, sedangkan pada desain lama isi/konten dibuat memanjang ke bawah, sehingga pengguna harus melakukan *scrolling* panjang untuk membaca keseluruhan isi/konten. Sedangkan perbaikan pada atribut 20 (saya dapat dengan mudah membedakan antara tautan (*link*) yang sudah dan yang belum dikunjungi) adalah dengan membuat warna tautan pada kategori produk yang belum dikunjungi berwarna hitam dan warna tautan pada informasi terbaru berwarna merah, dan untuk tautan yang sudah dikunjungi berwarna abu-abu. Pada desain lama warna tautan yang sudah maupun belum dikunjungi pada kategori produk maupun informasi terbaru mempunyai warna yang sama. Sedangkan pada atribut 24 (situs web ini selalu menyediakan pesan yang jelas dan berguna ketika saya tidak tahu bagaimana harus melanjutkan aksi saya) perbaikan pada desain baru yaitu dengan memberikan pesan petunjuk pada formulir pemesanan mengenai informasi yang harus dimasukkan pada kolom isian. Sedangkan pada desain lama pada formulir pemesanan tidak ada pesan petunjuk mengenai informasi yang harus dimasukkan pada formulir pemesanan.

#### 5.2.1.2 Kenaikan nilai *usability* sedang ( $0.08 > p \leq 0.15$ )

Kenaikan *usability* sedang terjadi pada atribut 1,2,3,5,8,9,12,14,15,16,17,18,19,21, dan 22. Pada atribut 3 (isi/konten yang terdapat dalam situs web ini tersusun/terorganisi dengan baik), perbaikan dilakukan dengan membuat isi/konten lebih terorganisir. Yaitu dengan membuat isi/konten yang berhubungan diletakkan pada satu halaman, sedangkan konten yang tidak berhubungan dihapus sehingga tampilan situs terlihat tersusun lebih baik. Sedangkan pada desain lama isi/konten tidak terorganisir dengan baik, terdapat informasi yang tidak berhubungan diletakkan pada halaman yang sama, sehingga halaman situs terlihat penuh dan tidak menarik. Sedangkan perbaikan pada atribut 5 (saya merasa nyaman dan tidak asing dengan bahasa yang digunakan), perbaikan dilakukan dengan merubah isi/konten menjadi bahasa Indonesia semua, sedangkan pada desain lama terdapat dua bahasa yang digunakan yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Perbaikan pada atribut 8 (situs web ini menyediakan petunjuk dan tautan (*link*) yang mempermudah saya memperoleh informasi yang saya inginkan), yaitu dengan menambah tautan untuk memperoleh informasi diskon produk dan produk terbaru yang dibuat *dropdown* pada menu Produk. Pada desain lama informasi diskon produk hanya diletakkan pada informasi terbaru dan pada *slideshow*, sedangkan informasi

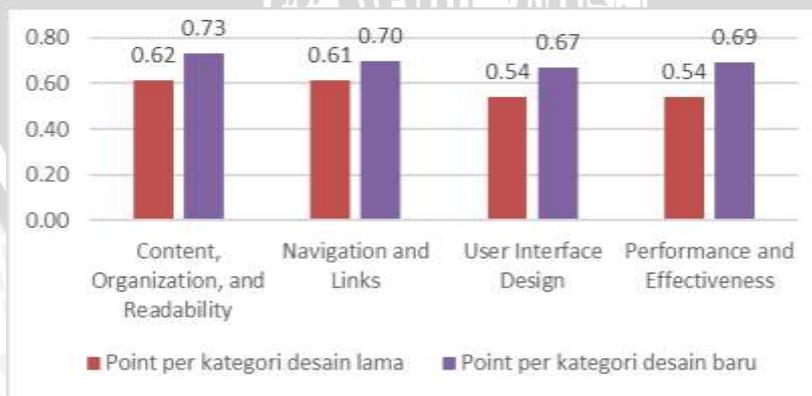
produk terbaru hanya diletakkan pada informasi terbaru, sehingga pengguna kesulitan ketika ingin mencari informasi produk terbaru dan produk diskon karena letak informasi terbaru yang diletakkan pada bagian bawah halaman dan memerlukan *scrolling* yang panjang.

### 5.2.1.3 Kenaikan nilai *usability* tidak signifikan (0.01 - 0.08)

Kenaikan *usability* tidak signifikan terjadi pada atribut 6,10, dan 11. Pada atribut 6 (saya tidak perlu menggunakan *scroll* ke kiri dan ke kanan ketika membaca situs web ini) hanya mengalami peningkatan 0.08, hal ini dikarenakan pada desain baru maupun desain lama tidak memerlukan *scroll* ke kiri dan ke kanan ketika membaca isi/konten situs, hanya saja pada desain lama banyak halaman yang memerlukan *scrolling* ke bawah halaman yang panjang. Pada desain baru adanya isi/konten yang terlalu panjang ke bawah dikurangi sehingga pengguna tidak perlu melakukan *scrolling* yang terlalu panjang. Pada atribut 10 (tautan (*link*) dalam situs ini terpelihara dan diperbaharui dengan baik) hanya mengalami peningkatan sebesar 0.02, hal ini dikarenakan waktu terakhir tautan diperbaharui pada desain baru dibuat sesuai dengan waktu terakhir tautan diperbaharui dengan pada desain lama. Sedangkan pada atribut 11 (situs web ini tidak membuka terlalu banyak kotak jendela (*windows*) baru ketika saya menjelajahi situs web) mengalami peningkatan sebesar 0.01, hal ini dikarenakan pada desain lama situs tidak banyak membuka kotak jendela (*windows*) baru dan pada desain baru juga tidak terlalu banyak membuka jendela (*windows*) baru.

### 5.2.2 Analisis perbandingan nilai *usability* per kategori pada kuesioner WEBUSE

Analisis dilakukan dengan membandingkan nilai *usability* per atribut pada desain lama dan desain baru. Perbandingan nilai *usability* per kategori pada desain lama dan desain baru dapat dilihat pada gambar 5.6 berikut:



Gambar 5.6 Perbandingan nilai *usability* antara desain lama dan desain baru per kategori kuesioner WEBUSE

### 5.2.2.1 Content, organization and readability

pada gambar 5.6 dapat dilihat bahwa *content, organization and readability* pada desain baru mempunyai nilai *usability* yang berada diantara 0.6 – 0.8, yaitu 0.73 yang masuk dalam level *usability* good. Walaupun pada desain lama juga berada pada tingkatan *good*, namun dilihat dari nilai *usability* mengalami peningkatan yaitu dari 0.62 menjadi 0.73. Hal ini berarti bahwa *content, organization and readability* pada desain baru lebih baik dari desain lama. Sehingga dengan peningkatan nilai *usability* tersebut, maka pengguna dapat lebih mudah dalam membaca dan memahami isi/konten situs, serta dapat lebih mudah dalam menemukan informasi yang diinginkan.

### 5.2.2.2 Navigation and link

Pada gambar 5.6 dapat diketahui bahwa nilai *usability* pada kategori *navigation and link* mengalami peningkatan, dari yang semula 0.61 menjadi 0.70 dan berada pada tingkatan *good*. *Navigation and link* mempermudah pengguna melakukan penjelajahan pada situs, seperti tersedianya informasi petunjuk posisi/keberadaan pengguna ketika melakukan penjelajahan situs, adanya tautan yang mempermudah dalam memperoleh informasi yang diinginkan, dalam melakukan penjelajahan situs tidak memerlukan terlalu banyak kontak jendela (*windows*) baru dan penempatan tautan-tautan yang sesuai standard sehingga mudah dikenali pengguna.

### 5.2.2.3 User interface design

Desain *user interface* (antarmuka) yang baik adalah antarmuka yang menarik, pemilihan warna yang tepat, tidak adanya fitur yang mengganggu seperti *scrolling* atau *blinking* teks dan animasi berulang, mempunyai tampilan yang konsisten, dan tidak mengandung terlalu banyak iklan dan mudah dipahami dan mudah dipelajari penggunaannya. Desain antarmuka yang memenuhi kriteria diatas akan membuat pengguna merasa betah dan nyaman dalam menggunakan situs. Dari gambar 5.6 dapat dilihat pada desain baru nilai *usability* mengalami peningkatan, yaitu pada desain lama bernilai 0.54 dan pada desain baru meningkat menjadi 0.67 dan berada pada tingkatan *good*. Hal ini berarti perbaikan yang dilakukan pada desain baru sudah hampir mendekati kriteria desain *user interface* yang baik.

### 5.2.2.4 Performance and effectiveness

Pada gambar 5.6 dapat dilihat bahwa nilai *usability* pada *performance and effectiveness* pada desain baru mengalami peningkatan dibanding dengan desain lama, yaitu dari 0.54 menjadi 0.69 yang berada pada tingkatan *good*. *performance and effectiveness* meliputi kecepatan dan ketepatan dalam mencari atau memperoleh informasi. Dengan perbaikan yang dilakukan dapat diketahui bahwa kecepatan dan ketepatan dalam memperoleh informasi yang dilakukan pengguna lebih meningkat dibanding desain lama. Perbaikan yang dilakukan seperti perbaikan warna tautan untuk membedakan tautan yang sudah ataupun

belum dikunjungi, dan menambah pesan petunjuk untuk pengisian formulir pemesanan sehingga pengguna dapat lebih cepat menemukan informasi yang diinginkan dan dapat dengan mudah melanjutkan aksi selanjutnya ketika tidak tahu langkah yang harus dilakukan.



## BAB 6 PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan pada situs JualSepatuSafety.com adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil evaluasi awal dengan menggunakan kuesioner WEBUSE pada situs JualSepatuSafety.com, dapat diketahui tingkat *usability* situs web mempunyai nilai yang berbeda-beda untuk setiap kategori. Sedangkan hasil perhitungan nilai *usability* untuk keseluruhan kategori yaitu 0.58 yang berada pada tingkat *moderate*. Hasil evaluasi dengan metode pengujian *usability* pada situs web JualSepatuSafety.com, menunjukkan masih terdapat 12 permasalahan terkait *usability* situs web.
2. Rancangan perbaikan situs JualSepatuSafety.com berfokus pada 12 masalah *usability* situs yang ditemukan. Dalam melakukan perancangan antarmuka perbaikan situs mengacu pada 14 *usability guidelines* dari HHS yang disesuaikan dengan permasalahan yang ada.
3. Dari hasil evaluasi *usability* pada rancangan perbaikan situs web JualSepatuSafety.com dengan menggunakan kuesioner WEBUSE, dapat diketahui bahwa nilai *usability* rancangan perbaikan yaitu 0.70 yang berada pada tingkat *good*.
4. Dari hasil evaluasi awal dan evaluasi rancangan perbaikan situs web JualSepatuSafety.com dengan menggunakan kuesioner WEBUSE, dapat diketahui bahwa nilai *usability* untuk keseluruhan kategori mengalami peningkatan dari 0.58 menjadi 0.70 dan dari tingkat *moderate* menjadi tingkat *good*.

### 6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan kepada pengembang situs dan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk perbaikan situs selanjutnya, pengembang dapat lebih fokus melakukan perbaikan terhadap 12 permasalahan yang berhasil ditemukan dari hasil evaluasi awal dengan menggunakan pengujian *usability*.
2. Dari hasil evaluasi *usability* rancangan perbaikan situs JualSepatuSafety.com dengan menggunakan kuesioner WEBUSE, dapat diketahui bahwa nilai *usability* pada desain baru masih berada pada tingkat *good*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan untuk memperbaiki tingkat *usability* situs menjadi tingkat *excellent* dengan melakukan pengujian ulang. Menurut Nielsen (2000) dengan melakukan pengujian ulang akan dapat mengetahui masalah-masalah baru yang dapat diperbaiki sehingga akan meningkatkan tingkat *usability* situs web.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chiew, T.K dan Salim, S.S., 2003. WEBUSE : WEBSITE USABILITY EVALUATION TOOL. *Malaysian Journal of Computer Science*, [e-journal] Vol.16, No.1 : 47 - 57. Tersedia di : <[https://www.researchgate.net/profile/Siti\\_Salwah\\_Salim/publication/228981619\\_Webuse\\_Website\\_Usability\\_Evaluation\\_Tool/links/00463524f1e3be33bb000000.pdf/download?version=vrp](https://www.researchgate.net/profile/Siti_Salwah_Salim/publication/228981619_Webuse_Website_Usability_Evaluation_Tool/links/00463524f1e3be33bb000000.pdf/download?version=vrp)> [25 Januari 2016]
- Dahlan, A., 2015. *Definisi Sampling serta Jenis Metode dan Teknik Sampling*. [online] Tersedia di : <<http://www.eurekappendidikan.com/2015/09/defenisi-sampling-dan-teknik-sampling.html>> [Diakses 4 Februari 2016]
- Eid, M.I., 2011. Determinants of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty In Saudi Arabia. *Journal of Electronic Commerce Research*, [e-journal] Vol. 12, No. 1 : 78 - 93. Tersedia di : <[http://www.jecr.org/sites/default/files/12\\_1\\_p05.pdf](http://www.jecr.org/sites/default/files/12_1_p05.pdf)> [Diakses 8 November 2015]
- Fathoni, H., 2016. *Pembahasan target pengguna situs JualSepatuSafety.com*. [whatsapp] (Komunikasi personal, 12 Mei 2016)
- Hidayat, R., 2010. *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. [e-book]. Jakarta : PT Elex Media Komputindo. Tersedia di : Google Books <<https://books.google.co.id>> [Diakses 23 Mei 2016]
- Hildan Safety, 2011. [online] Tersedia di : <<http://www.jualsepatusafety.com>> [Diakses 14 April 2016]
- International Standard Office., 2010. ISO 9241-210:2010(E) *Ergonomic of human - system interaction - Part 210 : Human – centered design for interactive systems* : Bibliographical references: Electronic documents. Geneva: ISO.
- Kasmawi, 2013a. Rancang Bangun Sistem Evaluasi Website Usability Perguruan Tinggi Secara Online Menggunakan Metode WEBUSE. *Seminar Nasional Industri dan Teknologi*, [e-journal]. Vol. 2, No. 1 : 33-45.
- Kasmawi, 2013b. *Sistem Informasi Evaluasi Usability Website di Perguruan Tinggi*. S2. Program pascasarjana Universitas diponegoro. Tersedia di : <[eprints.undip.ac.id/39548/1/0.\\_Halaman\\_Depan.docx](eprints.undip.ac.id/39548/1/0._Halaman_Depan.docx)> [Diakses 18 januari 2016].
- Lestari, R.A., 2014. *Pengaruh Kepemimpinan Partisipasif dan Komitmen Organisasi terhadap Efektifitas Implementasi Rencana Strategik pada Madrasah Aliyah di Kabupaten Sukabumi Jawa Barat*. S2. Universitas Pendidikan Indonesia. Tersedia di : <[repository.upi.edu/11380/6/T\\_AD\\_P\\_1202111\\_Chapter3.pdf](repository.upi.edu/11380/6/T_AD_P_1202111_Chapter3.pdf)> [Diakses 16 Mei 2016].

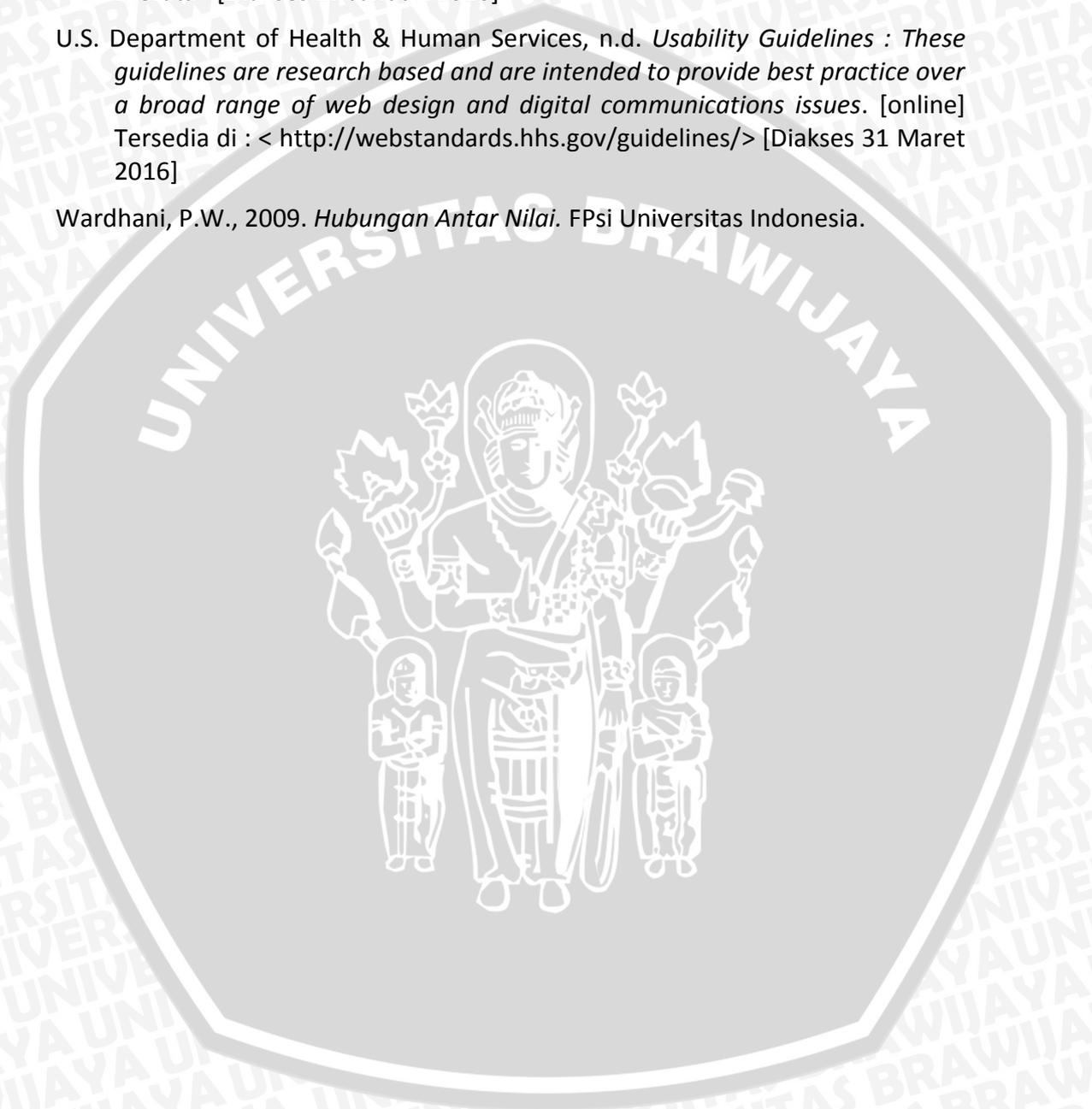
- Monga, N., Pandey, D. dan Bhalla, K., 2015. Managing E-Commerce Industry in India. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, [e-journal]. Vol. 4, No. 4 : 71 – 83. Tersedia di <[www.garph.co.uk/IJARMSS/Apr2015/6.pdf](http://www.garph.co.uk/IJARMSS/Apr2015/6.pdf)> [Diakses 2 Mei 2016]
- Nah, F.F. dan Davis, S., 2002. HCI Research Issues In E-Commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, [e-journal]. Vol. 3, No. 3 : 98 -133. Tersedia di : <<http://web.csulb.edu/journals/jecr/issues/20023/paper1.pdf>> [Diakses 8 November 2015]
- Nielsen, J., 1999. *Voodoo Usability*. [online]. Tersedia di : <<https://www.nngroup.com/articles/voodoo-usability/>> [Diakses 13 Mei 2016]
- Nielsen, J., 2000. *Why You Only Need to Test with 5 Users*. [online]. Tersedia di : <<https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users>> [Diakses 20 Januari 2016]
- Nielsen, J., 2001. *Is Poor Usability Killing E-Commerce?*. [online]. Tersedia di : <<https://www.nngroup.com/articles/did-poor-usability-kill-e-commerce/>> [Diakses 20 Januari 2016]
- Nielsen, J., 2012. *Usability 101 : Introduction to Usability*. [online]. Tersedia di : <<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>> [Diakses 22 Januari 2016]
- Nielsen, J., 2014. *Turn User Goals into Task Scenarios for Usability Testing*. [online]. Tersedia di : < <https://www.nngroup.com/articles/task-scenarios-usability-testing/>> [Diakses 21 April 2016]
- Petrie, H. dan Bevan, N., 2009. *The Evaluation of Accessibility, Usability and User Experience*. [e-book]. London : CRC Press. Tersedia di : < [www.crcpress.com/product/isbn/9780805862805](http://www.crcpress.com/product/isbn/9780805862805)> [Diakses 13 April 2016]
- Purwaningsih, R. dan Yenifi, I., Usability Assessment of International Office Website of Diponegoro University with Scenario – Based Usability Evaluation Method and WAMMI Method. *Comtech*, [e-journal]. Vol. 6, No. 3. September 2015 : 329-342. Tersedia di : <[http://research-dashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Proceeding/ComTech/Vol.%2006%20No.%203%20September%202015/02\\_TI\\_Ratna.pdf](http://research-dashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Proceeding/ComTech/Vol.%2006%20No.%203%20September%202015/02_TI_Ratna.pdf)> [Diakses 14 April 2016]
- PUSKAKOM, 2015. *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Rubin, J. dan Chisnell, D., 2008. *Handbook Of Usability Testing, Second Edition : How To Plan, Design, and Conduct Effective Tests*. [e-book]. Canada : Wiley Publishing, Inc. Tersedia di : <<http://ccftp.scu.edu.cn:8090/Download/efa2417b-08ba-438a-b814-92db3dde0eb6.pdf>> [Diakses 18 September 2015]

Stone, D., Jarrett, C., Woodroffe, M. dan Minocha, S., 2005. *User Interface Design and Evaluation*. [e-book]. San Francisco : Elsevier, Inc. Tersedia di : Google Books < <https://books.google.co.id> > [Diakses 23 Mei 2016]

Suwardiman, 2015. *Penetrasi Internet Belum Merata*. [online] Tersedia di : <<http://print.kompas.com/baca/2015/07/21/Penetrasi-Internet-Belum-Merata>> [Diakses 27 Januari 2016]

U.S. Department of Health & Human Services, n.d. *Usability Guidelines : These guidelines are research based and are intended to provide best practice over a broad range of web design and digital communications issues*. [online] Tersedia di : < <http://webstandards.hhs.gov/guidelines/> > [Diakses 31 Maret 2016]

Wardhani, P.W., 2009. *Hubungan Antar Nilai*. FPs Universitas Indonesia.



## LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA

### A.1 Wawancara kepada pemilik situs web JualSepatuSafety.com

1. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik situs.

Nama responden : Hildan Fathoni S.E

Judul Wawancara : Wawancara perihal profil perusahaan (situs web JualSepatuSafety.com)

Pewawancara : Mila Anggraini

Lokasi : Kantor Hildan Safety, CV. Teladan Group Indonesia  
– Jl. Moch Rasyid No. 9 B, Kec. Sukun, Kota Malang

Tanggal : 1 Januari 2016

**Keterangan :**

**R : Responden**

**P : Pewawancara**

**P : Apakah situs Jual Beli Sepatu itu?**

**R :** Situs JualSepatuSafety.com merupakan salah satu situs web yang tergabung dalam Hildan Safety Group dan berada dibawah naungan CV Teladan Group Indonesia yang berfungsi sebagai badan hukum. Selain situs JualSepatuSafety.com, Hildan Safety Group juga mempunyai situs web lain dengan nama Hildan Safety. Situs JualSepatuSafety.com merupakan situs jual beli produk non-safety dan K3. Produk K3 meliputi sepatu *safety*, jas hujan *safety* dan peralatan *safety* lainnya.

**P : Apakah perbedaan antara situs JualSepatuSafety.com dan Hildan Safety?**

**R :** Perbedaannya adalah situs JualSepatuSafety.com menawarkan produk seperti, sepatu, jas hujan, dan helm keamanan. Sedangkan situs Hildan Safety merupakan situs yang menawarkan berbagai macam peralatan *safety* atau kami menyebutnya sebagai “*one stop safety solution*” sehingga produk yang ditawarkan lebih beragam tidak hanya sepatu *safety* tapi juga produk non-*safety* lainnya.

**P : Dimanakah area pemasaran situs JualSepatuSafety.com?**

**R :** Kami melayani pemesanan di seluruh Indonesia, bahkan ada klien yang memesan dari Australia. Kami sudah pernah melakukan pengiriman ke berbagai kota di Indonesia seperti, Jakarta, Bekasi, Balikpapan, Yogyakarta, Malang, Bandung, Surabaya, Semarang, Nganjuk, dan kota lainnya bahkan sampai ke Australia.

**P : Bagaimanakah target pemasaran situs JualSepatuSafety.com?**

**R :** Target pemasaran kami adalah perusahaan-perusahaan yang membutuhkan peralatan *safety*, instansi pemerintahan dan juga perorangan. Namun konsumen perorangan ini mempunyai

jumlah yang paling sedikit. Kebanyakan klien kami ini adalah perusahaan besar dan instansi pemerintahan

2. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik situs.

Nama responden : Hildan Fathoni S.E

Judul Wawancara : Wawancara perihal kondisi situs saat ini dan karakteristik pengguna situs JualSepatuSafety.com

Pewawancara : Mila Anggraini

Lokasi : Kantor Hildan Safety, CV. Teladan Group Indonesia  
– Jl. Moch Rasyid No. 9 B, Kec. Sukun, Kota Malang

Tanggal : 25 Januari 2016

**Keterangan :**

**R : Responden**

**P : Pewawancara**

**P : Bagaimana karakteristik pengguna perorangan?**

**R :** Pengguna perorangan untuk produk K3 biasanya adalah seorang laki-laki, berusia antara 20-45. Pembeli biasanya adalah orang yang mempunyai resiko keselamatan (kerja) yang tinggi, misalnya pekerja bangunan, pelayaran dan lain-lain. Untuk produk *non-safety* penggunaannya ditujukan kepada masyarakat umum.

**P : Apakah fitur yang ada pada situs JualSepatuSafety.com dapat berjalan?**

**R :** Semua fitur yang ada pada situs web JualSepatuSafety.com bisa digunakan. Misalnya fitur pemesanan via situs web juga bisa digunakan, namun konsumen kita (orang Indonesia) masih lebih suka menggunakan pemesanan via sms, WA (Whatsapp) maupun email.

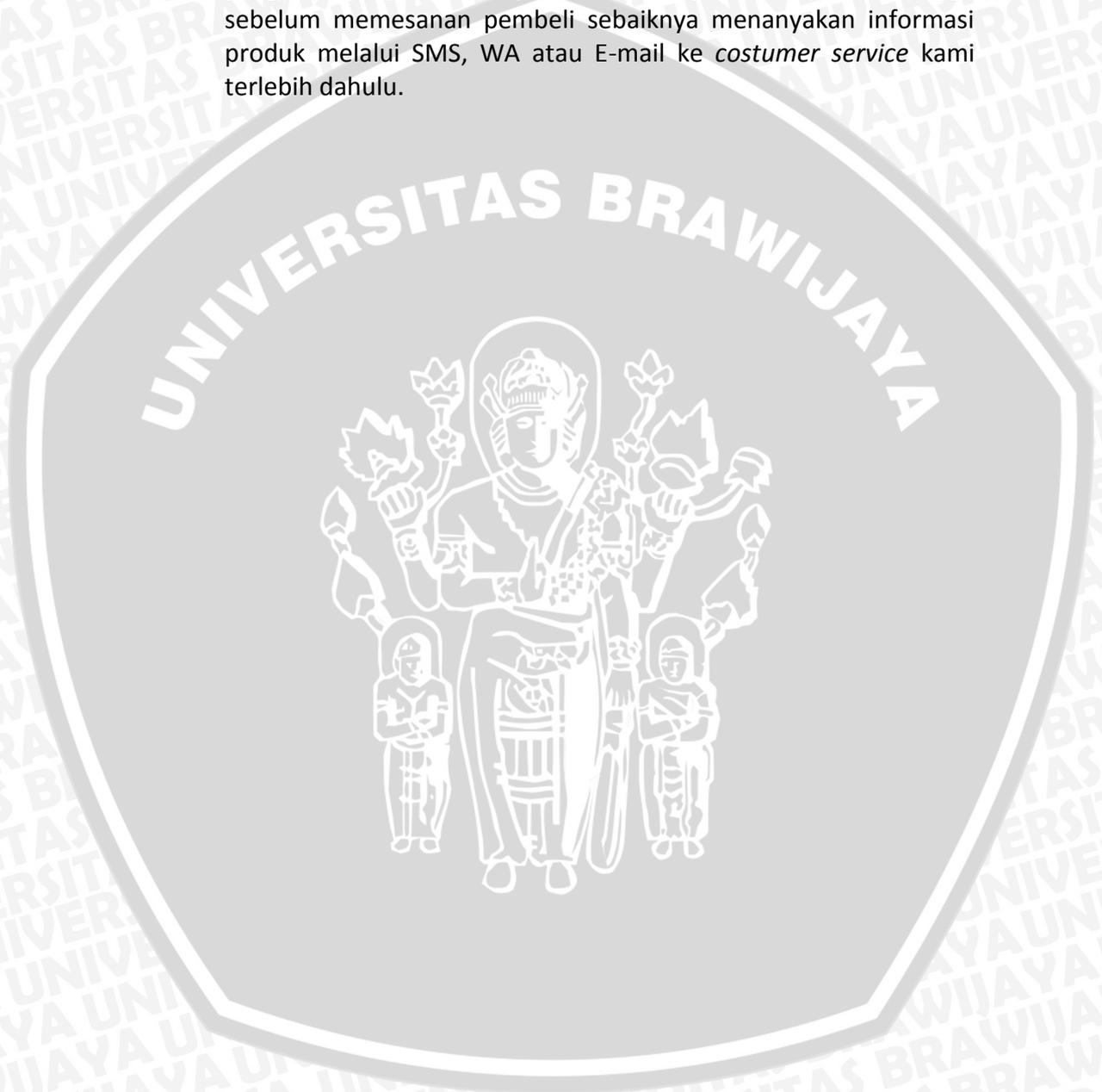
**P : Bagaimana cara pemesanan via situs web?**

**R :** Untuk pemesanan melalui situs web, setelah pengguna menemukan produk yang ingin dipesan, pengguna bisa memilih tombol “Tambahkan ke keranjang” setelah itu pengguna dapat memilih tombol “Keranjang” untuk masuk ke menu keranjang yang berisi informasi detail barang yang dipesan. Kemudian pengguna harus mengisi formulir pemesanan dengan benar dan lengkap sesuai dengan petunjuk pengisian, setelah itu pengguna dapat mengirim *form order*. Setelah perusahaan menerima formulir pemesanan yang dikirim pengguna, perusahaan akan mengirim informasi total pembayaran melalui e-mail yang diberikan pengguna. Setelah itu, pengguna dapat melakukan pembayaran dengan mentransfer melalui ATM atau Bank sesuai nominal yang tertera pada e-mail, kemudian setelah perusahaan

menerima uang pembayaran perusahaan akan mengirim barang dan memberikan pesan konfirmasi pengiriman kepada pengguna.

**P** : Apakah selain memesan melalui situs web, SMS atau WA, dan email pembeli bisa memesan langsung ke alamat yang tersedia?

**R** : Bisa, namun karena tidak semua produk yang ada pada situs web tersedia di gudang, sehingga selain menerima pemesanan produk yang tersedia pembeli dapat melakukan *pre-order (PO)*. Sehingga sebelum memesan pembeli sebaiknya menanyakan informasi produk melalui SMS, WA atau E-mail ke *costumer service* kami terlebih dahulu.



## A.2 Wawancara kepada partisipan dalam pengujian usability

1. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden dalam pengujian usability.

Nama responden : Sumini Wiji Lestari (Sumini)

Judul Wawancara : Wawancara perihal masalah atau kendala dan saran perbaikan pada situs web JualSepatuSafety.com

Pewawancara : Mila Anggraini

Lokasi : Jl. Mayjen Panjaitan Gang 17 b, No. 22 Malang

Tanggal : 16 Februari 2016

### 1. Masalah atau kendala yang dialami selama menggunakan sistem

- Tidak ada keterangan ukuran sepatu pada formulir pemesanan
- *Slideshow* terlalu banyak, tidak terlalu penting dan mengganggu
- Produk terbaru susah dicari, harus *scroll* panjang ke bagian bawah
- Tidak ada keterangan kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian
- Kategori produk terlalu banyak, untuk mendaftar promo produk harus *scroll* panjang ke bawah
- Tidak ada tautan yang digunakan untuk kembali ke menu sebelumnya, setelah selesai mendaftar promo produk
- Informasi diskon yang diletakkan pada *slideshow* yang kurang diperhatikan, dan diletakkan pada menu yang kurang bersesuaian yaitu pada informasi terbaru
- Nama menu blog tidak sesuai dengan informasi yang di dalamnya
- Alamat perusahaan diletakkan dibawah deskripsi perusahaan yang panjang
- Tidak ada keterangan ukuran sepatu dan warna sepatu pada produk yang tersedia
- Tidak ada informasi tata cara pemesanan produk melalui situs web
- Tombol submit pada formulir pemesanan letaknya tidak sesuai dengan kebiasaan pengguna yaitu di atas formulir, sehingga setelah mengisi formulir harus melakukan scroll terlebih dahulu
- Terlalu banyak menu pada header
- Pesan konfirmasi setelah barang ditambahkan pada keranjang belanja kurang jelas
- Informasi kontak terlalu banyak ditampilkan pada halaman web
- Terlalu banyak gambar pada menu beranda
- Terlalu banyak fitur pencarian
- Nomor rekening terlalu banyak ditampilkan pada halaman situs web

### 2. Saran perbaikan untuk memperbaiki atau mengurangi masalah pada sistem

- Menambah kolom untuk mengisi ukuran sepatu pada formulir pemesanan
- *Slideshow* sebaiknya dihilangkan atau diletakkan pada *header*
- Produk terbaru diletakkan pada beranda dibawah *slideshow*
- Memberikan kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian
- Kategori produk diletakkan pada bagian menu produk saja sehingga formulir pendaftaran promo produk pada bagian beranda dapat langsung dilihat
- Setelah berhasil mendaftar seharusnya ada tautan untuk kembali ke menu sebelumnya
- Produk diskon seharusnya diletakkan pada menu tersendiri jangan dijadikan satu dengan informasi terbaru, dan perubahan gambar pada *slideshow* jangan terlau cepat
- Mengganti nama menu blog menjadi nama yang sesuai dengan informasi yang ada di dalamnya
- Meletakkan informasi alamat perusahaan dibagian samping deskripsi perusahaan agar tidak perlu melakukan *scroll*
- Seharusnya pada produk yang berstatus "*ready*" diberi keterangan warna dan ukuran produk yang tersedia
- Menambah informasi tata cara pemesanan dan pembayaran untuk pemesanan melalui situs web
- Meletakkan tombol submit dibagian bawah formulir pemesanan
- Mengelompokkan menu yang sejenis pada *header*, seperti menu *tender*, *supplier*, dan *reseller* menjadi satu menu *dropdown*
- Menambah pesan konfirmasi setelah selesai menambahkan barang ke keranjang belanja, pesan apakah ingin melanjutkan belanja atau selesai belanja
- Sebaiknya no telepon diltakkan pada menu tentang kami, dan informasi keseluruhan produk yang ada pada menu beranda sebaiknya diletakkan pada menu produk saja
- Pada menu beranda seharusnya mencerminkan informasi mengenai perusahaan
- Sebaiknya informasi nomor rekening diletakkan pada menu cara pemesanan saja
- *Slideshow* sebaiknya dibuat satu saja sehingga tidak membuat pengguna kebingungan



2. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden dalam pengujian usability.

Nama responden : Dwi Retno P (Retno)

Judul Wawancara : Wawancara perihal masalah atau kendala dan saran perbaikan pada situs web JualSepatuSafety.com

Pewawancara : Mila Anggraini

Lokasi : Jl. Mayjen Panjaitan Gang 17 b, No. 22 Malang

Tanggal : 16 Februari 2016

### 1. Masalah atau kendala yang dialami selama menggunakan sistem

- Tidak ada kolom untuk input ukuran sepatu pada formulir pemesanan
- Produk terbaru susah dicari, harus *scroll* panjang ke bagian bawah, biasanya produk terbaru diletakkan pada bagian atas halaman web, sehingga ketika membuak situs web langsung dapat terlihat
- Tidak ada keterangan kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian
- Kategori produk terlalu banyak, untuk mendaftar promo produk harus *scroll* panjang ke bawah
- Tidak ada tautan yang digunakan untuk kembali ke menu sebelumnya, setelah selesai mendaftar promo produk
- Informasi diskon yang diletakkan pada *slideshow*, kurang begitu diperhatikan
- Nama menu blog tidak sesuai dengan informasi yang di dalamnya
- Alamat perusahaan diletakkan dibawah deskripsi perusahaan yang panjang
- Tidak ada keterangan ukuran sepatu dan warna sepatu pada produk yang tersedia
- Tidak ada informasi tata cara pemesanan produk melalui situs web
- Tombol submit pada formulir pemesanan letaknya tidak sesuai dengan kebiasaan pengguna yaitu di atas formulir, sehingga setelah mengisi formulir harus melakukan scroll terlebih dahulu
- Terlalu banyak menu pada header
- Pesan konfirmasi setelah barang ditambahkan pada keranjang belanja kurang jelas
- Informasi kontak terlalu banyak ditampilkan pada halaman web
- Terlalu banyak gambar pada menu beranda
- Terlalu banyak fitur pencarian
- Nomor rekening terlalu banyak ditampilkan pada halaman situs web

### 2. Saran perbaikan untuk memperbaiki atau mengurangi masalah pada sistem

- Menambah kolom untuk mengisi ukuran sepatu pada formulir pemesanan
- Produk terbaru diletakkan pada beranda dibawah *slideshow*
- Memberikan kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian
- Kategori produk diletakkan pada bagian menu produk saja sehingga formulir pendaftaran promo produk pada bagian beranda dapat langsung dilihat
- Setelah berhasil mendaftar seharusnya ada tautan untuk kembali ke menu sebelumnya
- Produk diskon seharusnya diletakkan pada menu tersendiri jangan dijadikan satu dengan informasi terbaru, dan perubahan gambar pada *slideshow* jangan terlaui cepat
- Mengganti nama menu blog menjadi nama yang sesuai dengan informasi yang ada di dalamnya
- Meletakkan informasi alamat perusahaan dibagian samping deskripsi perusahaan agar tidak perlu melakukan *scroll*
- Seharusnya pada produk yang berstatus "*ready*" diberi keterangan warna dan ukuran produk yang tersedia
- Menambah informasi tata cara pemesanan dan pembayaran untuk pemesanan melalui situs web
- Meletakkan tombol submit dibagian bawah formulir pemesanan sesuai dengan kebiasaan pengguna yaitu tombol submit di bagian bawah formulir
- Menggolongkan menu yang sejenis pada *header*, seperti menu *tender*, *supplier*, dan *reseller* menjadi satu menu *dropdown*
- Menambah pesan konfirmasi setelah selesai menambahkan barang ke keranjang belanja, pesan apakah ingin melanjutkan belanja atau selesai belanja
- Sebaiknya no telepon diletakkan pada menu tentang kami, dan informasi keseluruhan produk yang ada pada menu beranda sebaiknya diletakkan pada menu produk saja
- Pada menu beranda seharusnya mencerminkan informasi mengenai perusahaan
- Sebaiknya informasi nomor rekening diletakkan pada menu cara pemesanan saja
- *Slideshow* sebaiknya dibuat satu saja sehingga tidak membuat pengguna kebingungan

3. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden dalam pengujian usability.

Nama responden : Permata K. (Permata)  
Judul Wawancara : Wawancara perihal masalah atau kendala dan saran perbaikan pada situs web JualSepatuSafety.com  
Pewawancara : Mila Anggraini  
Lokasi : Jl. Bendungan Bening, No. 24 Malang  
Tanggal : 18 Februari 2016

#### 1. Masalah atau kendala yang dialami selama menggunakan sistem

- Tidak ada kolom untuk input ukuran sepatu pada formulir pemesanan
- Produk terbaru susah dicari, harus *scroll* panjang ke bagian bawah, biasanya produk terbaru diletakkan pada bagian atas halaman web, sehingga ketika membuak situs web langsung dapat terlihat
- Tidak ada keterangan kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian
- Kategori produk terlalu banyak, untuk mendaftar promo produk harus *scroll* panjang ke bawah
- Tidak ada tautan yang digunakan untuk kembali ke menu sebelumnya, setelah selesai mendaftar promo produk
- Informasi diskon yang diletakkan pada *slideshow*, kurang begitu diperhatikan, sebaiknya jika informasi diskon tetap diletakkan pada *slideshow*, waktu perubahan gambar jangan terlalu cepat
- Nama menu blog tidak sesuai dengan informasi yang di dalamnya
- Alamat perusahaan diletakkan dibawah deskripsi perusahaan yang panjang, harus teliti saat mencari dan perlu *scrolling* panjang ke bawah
- Tidak ada pilihan ukuran sepatu dan warna sepatu pada produk yang tersedia
- Tidak ada informasi tata cara pemesanan produk melalui situs web, ikon keranjang belanja yang kurang terlihat, sehingga tidak tahu aksi selanjutnya
- Tombol submit pada formulir pemesanan letaknya tidak sesuai dengan kebiasaan pengguna yaitu di atas formulir, sehingga setelah mengisi formulir harus melakukan scroll terlebih dahulu
- Terlalu banyak menu pada header
- Pesan konfirmasi setelah barang ditambahkan pada keranjang belanja kurang jelas
- Informasi kontak terlalu banyak ditampilkan pada halaman web
- Terlalu banyak gambar pada menu beranda
- Terlalu banyak fitur pencarian
- Nomor rekening terlalu banyak ditampilkan pada halaman situs web

## 2. Saran perbaikan untuk memperbaiki atau mengurangi masalah pada sistem

- Menambah kolom untuk mengisi ukuran sepatu pada formulir pemesanan
- Produk terbaru diletakkan pada beranda dibawah *slideshow*
- Memberikan kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian
- Kategori produk diletakkan pada bagian menu produk saja sehingga formulir pendaftaran promo produk pada bagian beranda dapat langsung dilihat
- Setelah berhasil mendaftar seharusnya ada tautan untuk kembali ke menu sebelumnya
- Produk diskon seharusnya diletakkan pada menu tersendiri jangan dijadikan satu dengan informasi terbaru, dan perubahan gambar pada *slideshow* jangan terlalu cepat
- Mengganti nama menu blog menjadi nama yang sesuai dengan informasi yang ada di dalamnya
- Meletakkan informasi alamat perusahaan dibagian samping deskripsi perusahaan agar tidak perlu melakukan *scroll*
- Seharusnya pada produk yang berstatus "*ready*" diberi keterangan warna dan ukuran produk yang tersedia
- Menambah informasi petunjuk tata cara pemesanan dan pembayaran untuk pemesanan melalui situs web
- Meletakkan tombol submit dibagian bawah formulir pemesanan
- Menggolongkan menu yang sejenis pada *header*, seperti menu *tender*, *supplier*, dan *reseller* menjadi satu menu *dropdown*
- Menambah pesan konfirmasi setelah selesai menambahkan barang ke keranjang belanja, pesan apakah ingin melanjutkan belanja atau selesai belanja
- Sebaiknya no telepon diletakkan pada menu tentang kami, dan informasi keseluruhan produk yang ada pada menu beranda sebaiknya diletakkan pada menu produk saja
- Pada menu beranda seharusnya mencerminkan informasi mengenai perusahaan
- Sebaiknya informasi nomor rekening diletakkan pada menu cara pemesanan saja
- *Slideshow* sebaiknya dibuat satu saja sehingga tidak membuat pengguna kebingungan

4. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden dalam pengujian usability.

Nama responden : Lidya Yanuarta (Lidya)

Judul Wawancara : Wawancara perihal masalah atau kendala dan saran perbaikan pada situs web JualSepatuSafety.com

Pewawancara : Mila Anggraini

Lokasi : Jl. Bendungan Bening, No. 24 Malang

Tanggal : 20 Februari 2016

#### 1. Masalah atau kendala yang dialami selama menggunakan sistem

- Produk terbaru susah dicari, harus *scroll* panjang ke bagian bawah, biasanya produk terbaru diletakkan pada bagian atas halaman web, sehingga ketika membuak situs web langsung dapat terlihat
- Kategori produk terlalu banyak, untuk mendaftar promo produk harus *scroll* panjang ke bawah
- Tidak ada tautan yang digunakan untuk kembali ke menu sebelumnya, setelah selesai mendaftar promo produk
- Informasi diskon yang diletakkan pada *slideshow*, kurang begitu diperhatikan
- Nama menu blog tidak sesuai dengan informasi yang di dalamnya
- Alamat perusahaan diletakkan dibawah deskripsi perusahaan yang panjang
- Tidak ada informasi tata cara pemesanan produk melalui situs web
- Terlalu banyak menu pada header
- Pesan konfirmasi setelah barang ditambahkan pada keranjang belanja kurang jelas
- Informasi kontak terlalu banyak ditampilkan pada halaman web
- Terlalu banyak gambar pada menu beranda
- Terlalu banyak fitur pencarian
- Nomor rekening terlalu banyak ditampilkan pada halaman situs web

#### 2. Saran perbaikan untuk memperbaiki atau mengurangi masalah pada sistem

- Produk terbaru diletakkan pada beranda dibawah *slideshow*
- Kategori produk diletakkan pada bagian menu produk saja sehingga formulir pendaftaran promo produk pada bagian beranda dapat langsung dilihat
- Setelah berhasil mendaftar seharusnya ada tautan untuk kembali ke menu sebelumnya
- Produk diskon seharusnya diletakkan pada menu tersendiri jangan dijadikan satu dengan informasi terbaru, dan perubahan gambar pada *slideshow* jangan terlau cepat

- Mengganti nama menu blog menjadi nama yang sesuai dengan informasi yang ada di dalamnya
- Meletakkan informasi alamat perusahaan dibagian samping deskripsi perusahaan agar tidak perlu melakukan *scroll* dan dibagian bawah logo perusahaan
- Menambah informasi tata cara pemesanan dan pembayaran untuk pemesanan melalui situs webe
- Menggolongkan menu yang sejenis pada *header*, seperti menu *tender*, *supplier*, dan *reseller* menjadi satu menu *dropdown*
- Menambah pesan konfirmasi setelah selesai menambahkan barang ke keranjang belanja, pesan apakah ingin melanjutkan belanja atau selesai belanja
- Sebaiknya no telepon diltakkan pada menu tentang kami, dan informasi keseluruhan produk yang ada pada menu beranda sebaiknya diletakkan pada menu produk saja
- Pada menu beranda seharusnya mencerminkan informasi mengenai perusahaan
- Sebaiknya informasi nomor rekening diletakkan pada menu cara pemesanan saja
- *Slideshow* sebaiknya dibuat satu saja sehingga tidak membuat pengguna kebingungan

5. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden dalam pengujian usability.

Nama responden : Anita Kusuma N. (Anita)  
Judul Wawancara : Wawancara perihal masalah atau kendala dan saran perbaikan pada situs web JualSepatuSafety.com  
Pewawancara : Mila Anggraini  
Lokasi : Jl. Bendungan Bening, No. 24 Malang  
Tanggal : 18 Februari 2016

#### 1. Masalah atau kendala yang dialami selama menggunakan sistem

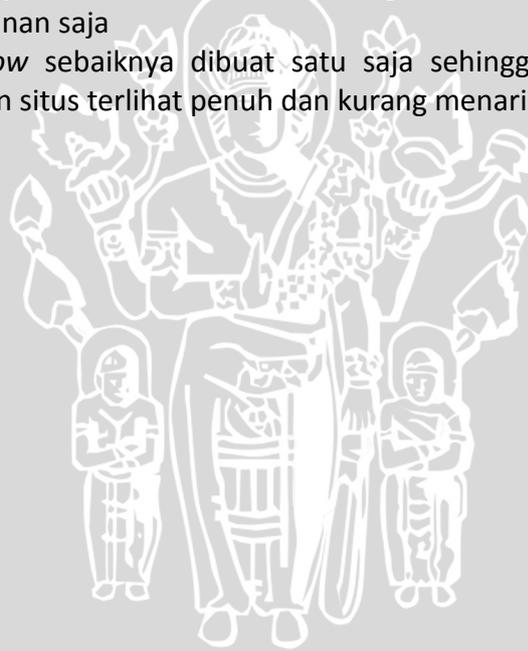
- Tidak ada kolom untuk input ukuran sepatu yang dipesan pada formulir pemesanan
- Produk terbaru susah dicari, harus *scroll* panjang ke bagian bawah, biasanya produk terbaru diletakkan pada bagian atas halaman web, sehingga ketika membuka situs web langsung dapat terlihat
- Tidak ada keterangan kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian
- Kategori produk terlalu banyak, untuk mendaftar promo produk harus *scroll* panjang ke bawah
- Tidak ada tautan yang digunakan untuk kembali ke menu sebelumnya, setelah selesai mendaftar promo produk

- Informasi diskon yang diletakkan pada *slideshow*, kurang begitu diperhatikan, sebaiknya jika informasi diskon tetap diletakkan pada *slideshow*, waktu perubahan gambar jangan terlalu cepat
- Nama menu blog tidak sesuai dengan informasi yang di dalamnya
- Alamat perusahaan diletakkan dibawah deskripsi perusahaan yang panjang, harus teliti saat mencari dan perlu *scrolling* panjang ke bawah
- Tidak ada pilihan ukuran sepatu dan warna sepatu pada produk yang tersedia
- Tidak ada informasi tata cara pemesanan produk melalui situs web, ikon keranjang belanja yang kurang terlihat, sehingga tidak tahu aksi selanjutnya
- Tombol submit pada formulir pemesanan letaknya tidak sesuai dengan kebiasaan pengguna yaitu di atas formulir, sehingga setelah mengisi formulir harus melakukan scroll terlebih dahulu
- Terlalu banyak menu pada header
- Pesan konfirmasi setelah barang ditambahkan pada keranjang belanja kurang jelas
- Informasi kontak terlalu banyak ditampilkan pada halaman web
- Terlalu banyak gambar pada menu beranda
- Terlalu banyak fitur pencarian
- Nomor rekening terlalu banyak ditampilkan pada halaman situs web

## 2. Saran perbaikan untuk memperbaiki atau mengurangi masalah pada sistem

- Menambah kolom untuk mengisi ukuran sepatu pada formulir pemesanan
- Produk terbaru diletakkan pada beranda dibawah *slideshow*
- Memberikan kata kunci yang harus dimasukkan pada fitur pencarian
- Kategori produk diletakkan pada bagian menu produk saja sehingga formulir pendaftaran promo produk pada bagian beranda dapat langsung dilihat
- Setelah berhasil mendaftar seharusnya ada tautan untuk kembali ke menu sebelumnya
- Produk diskon seharusnya diletakkan pada menu tersendiri jangan dijadikan satu dengan informasi terbaru, dan perubahan gambar pada *slideshow* jangan terlalu cepat
- Mengganti nama menu blog menjadi nama yang sesuai dengan informasi yang ada di dalamnya
- Meletakkan informasi alamat perusahaan dibagian samping deskripsi perusahaan agar tidak perlu melakukan *scroll*
- Seharusnya pada produk yang berstatus "*ready*" diberi keterangan warna dan ukuran produk yang tersedia

- Menambah informasi petunjuk tata cara pemesanan dan pembayaran untuk pemesanan melalui situs web
- Meletakkan tombol submit dibagian bawah formulir pemesanan
- Menggolongkan menu yang sejenis pada *header*, seperti menu *tender*, *supplier*, dan *reseller* menjadi satu menu *dropdown*
- Menambah pesan konfirmasi setelah selesai menambahkan barang ke keranjang belanja, pesan apakah ingin melanjutkan belanja atau selesai belanja. Selain itu pada ikon Keranjang Belanja diberi keterangan "Keranjang Anda" agar pengguna mengerti bahwa tautan tersebut berisi informasi deskripsi produk yang telah ditambahkan ke keranjang belanja.
- Sebaiknya no telepon diletakkan pada menu tentang kami, dan informasi keseluruhan produk yang ada pada menu beranda sebaiknya diletakkan pada menu produk saja
- Pada menu beranda seharusnya mencerminkan informasi mengenai perusahaan
- Sebaiknya informasi nomor rekening diletakkan pada menu cara pemesanan saja
- *Slideshow* sebaiknya dibuat satu saja sehingga tidak membuat halaman situs terlihat penuh dan kurang menarik.



## LAMPIRAN B KUESIONER WEBUSE

### B.1 Kuesiner WEBUSE pada evaluasi *usability* awal

#### Kuisiner WEBUSE Situs web JualSepatuSafety.com

Assalamu alaikum Wr. Wb

Dalam Rangka memperoleh data penelitian, saya atas

Nama : Mila Anggraini  
Jurusan / Angkatan : Sistem Informasi / 2012  
Universitas : Universitas Brawijaya  
Judul Penelitian : "Evaluasi *Usability* dan Perbaikan Rancangan Situs web JualSepatuSafety.com dengan menggunakan WEBUSE dan Pengujian *usability*"

Maka perkenankan saya untuk meminta bantuan saudara/i untuk meluangkan sedikit waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang saya lampirkan dengan sebenar-benarnya. Kuesioner ini semata-mata untuk penelitian ilmiah dalam rangka penyusunan skripsi. Sehingga semua data diri responden akan dijamin kerahasiaannya.

Kuesioner ini sudah mendapatkan persetujuan dari Bapak HILDAN FATHONI, S.E selaku pemilik HILDAN SAFETY dan situs [www.JualSepatuSafety.com](http://www.JualSepatuSafety.com)

Atas ketersediaan waktu dan bantuan saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu alaikum Wr. Wb

Nama :  
Usia :  
Jenis Kelamin :

#### Aspek penggunaan internet

1. Seberapa sering anda mengakses internet?
  - Sering (setiap hari)
  - Jarang (2-3 hari perminggu)
  - Tidak pernah
  - Lain-lain ...

**Kuesioner Usability situs web JualSepatuSafety.com**

Jawablah pertanyaan dibawah ini yang menyangkut kondisi situs web JualSepatuSafety.com dengan alamat <http://www.jualsepatusafety.com> dengan memilih pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan skala penilaian anda.

Contoh Pengisian:

| No  | Kriteria   | Sangat tidak setuju ←————→ sangat setuju |          |          |          |          |
|---|--|--|----------|----------|----------|----------|
|   |  | 1  | 2        | 3        | 4        | 5        |
| <b>Content, Organization, and Readability</b> |  | <b>1</b>                                 | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
| 1.  | Situs web ini mengandung sebagian besar materi dan topik yang menjadi minat saya dan materi/topik tersebut dalam kondisi terkini | ✓  |          |          |          |          |
| 2.  | Saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya inginkan di dalam situs web ini  |  | ✓        |          |          |          |

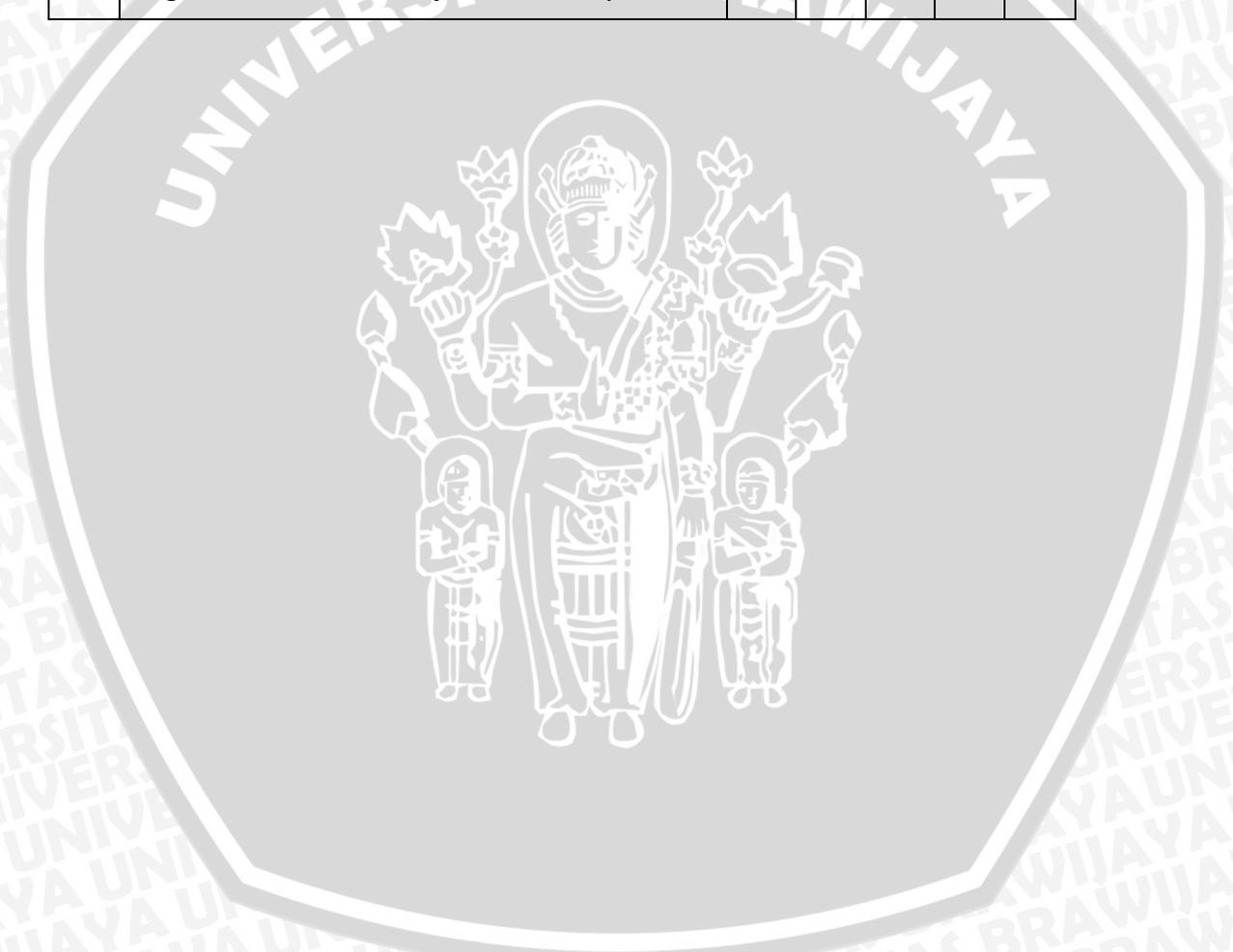
DAFTAR PERTANYAAN :

| No  | Kriteria   | Sangat tidak setuju ←————→ sangat setuju |          |          |          |          |
|---|--|--|----------|----------|----------|----------|
|   |  | 1  | 2        | 3        | 4        | 5        |
| <b>Content, Organization, and Readability</b> |  | <b>1</b>                                 | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
| 1.  | Situs web ini mengandung sebagian besar materi dan topik yang menjadi minat saya dan materi/topik tersebut dalam kondisi terkini |  |          |          |          |          |
| 2.  | Saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya inginkan di dalam situs web ini  |  |          |          |          |          |
| 3.  | Isi/konten yang terdapat dalam situs web ini tersusun/terorganisir dengan baik   |  |          |          |          |          |
| 4.  | Saya dapat dengan mudah membaca isi/konten situs web ini   |  |          |          |          |          |
| 5.  | Saya merasa nyaman dan tidak asing dengan bahasa yang digunakan  |  |          |          |          |          |



|                                      |  |  |  |  |  |
|--------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 6.                                   | Saya tidak perlu menggunakan <i>scroll</i> ke kiri dan ke kanan ketika membaca situs web ini   |  |  |  |  |
| <b>Navigation and Links</b>          |  |  |  |  |  |
| 7.                                   | Saya dapat dengan mudah mengetahui posisi/keberadaan saya ketika menjelajahi situs web ini   |  |  |  |  |
| 8.                                   | Situs web ini menyediakan petunjuk dan tautan ( <i>link</i> ) yang mempermudah saya memperoleh informasi yang saya inginkan              |  |  |  |  |
| 9.                                   | Saya dapat dengan mudah menjelajah situs web ini menggunakan tautan ( <i>link</i> ) yang ada atau tombol <i>back</i> pada <i>browser</i> |  |  |  |  |
| 10.                                  | Tautan ( <i>link</i> ) dalam situs web ini terpelihara dan diperbaharui dengan baik  |  |  |  |  |
| 11.                                  | Situs web ini tidak membuka terlalu banyak kotak jendela ( <i>windows</i> ) baru ketika saya menjelajahi situs web                       |  |  |  |  |
| 12.                                  | Tautan-tautan ( <i>links</i> ) dan menu ditempatkan secara standar dalam keseluruhan situs web ini dan dapat dengan mudah saya kenali    |  |  |  |  |
| <b>User Interface Design</b>         |  |  |  |  |  |
| 13.                                  | Desain antarmuka pengguna situs web ini atraktif   |  |  |  |  |
| 14.                                  | Saya merasa nyaman dengan warna yang digunakan dalam situs web ini   |  |  |  |  |
| 15.                                  | Situs web ini tidak mengandung fitur yang mengganggu seperti <i>scrolling</i> atau <i>blinking</i> teks dan animasi berulang             |  |  |  |  |
| 16.                                  | Situs web ini mempunyai tampilan ( <i>feel and look</i> ) yang konsisten   |  |  |  |  |
| 17.                                  | Situs web ini tidak mengandung terlalu banyak iklan  |  |  |  |  |
| 18.                                  | Desain situs web ini bisa dipahami dengan baik dan mudah dipelajari penggunaanya   |  |  |  |  |
| <b>Performance and Effectiveness</b> |  |  |  |  |  |
| 19.                                  | Saya tidak perlu menunggu terlalu lama untuk membuka suatu halaman   |  |  |  |  |

|     |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|
| 20. | Saya dapat dengan mudah membedakan antara tautan ( <i>link</i> ) yang sudah dan yang belum dikunjungi                      |  |  |  |  |
| 21. | Saya dapat mengakses situs web ini di hampir sepanjang waktu   |  |  |  |  |
| 22. | Situs web ini memberi respon terhadap aksi-aksi yang saya lakukan sesuai dengan perkiraan saya                             |  |  |  |  |
| 23. | Situs web ini dapat digunakan dengan efisien   |  |  |  |  |
| 24. | Situs web ini selalu menyediakan pesan yang jelas dan berguna ketika saya tidak tahu bagaimana harus melanjutkan aksi saya |  |  |  |  |



## B.2 Kuesioner WEBUSE pada evaluasi perbaikan rancangan

### Kuesioner WEBUSE untuk mengevaluasi prototype situs web JualSepatuSafety.com

Assalamu alaikum Wr. Wb

Dalam Rangka memperoleh data penelitian, saya atas

Nama : Mila Anggraini  
Jurusan / Angkatan : Sistem Informasi / 2012  
Universitas : Universitas Brawijaya  
Judul Penelitian : "Evaluasi *Usability* dan Perbaikan Rancangan Situs web  
JualSepatuSafety.com dengan menggunakan WEBUSE dan Pengujian usability"

Maka perkenankan saya untuk meminta bantuan saudara/i untuk meluangkan sedikit waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang saya lampirkan dengan sebenar-benarnya. Kuesioner ini semata-mata untuk penelitian ilmiah dalam rangka penyusunan skripsi. Sehingga semua data diri responden akan dijamin kerahasiaannya.

Kuesioner ini sudah mendapatkan persetujuan dari Bapak HILDAN FATHONI, S.E selaku pemilik HILDAN SAFETY dan situs [www.JualSepatuSafety.com](http://www.JualSepatuSafety.com)

Atas ketersediaan waktu dan bantuan saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu alaikum Wr. Wb

Nama :  
Usia :  
Jenis Kelamin :

#### Aspek penggunaan internet

1. Seberapa sering anda mengakses internet?
  - Sering (setiap hari)
  - Jarang (2-3 hari perminggu)
  - Tidak pernah
  - Lain-lain ...

**Kuesioner Usability situs web JualSepatuSafety.com**

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan melihat kondisi perbaikan situs pada tautan <http://www.jualsepatusafety.esy.es>, dengan memilih pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan skala penilaian anda. Situs pada tautan tersebut merupakan perbaikan dari situs asli yang beralamat di <http://jualsepatusafety.com>. Situs <http://www.jualsepatusafety.esy.es> masih berupa prototype perbaikan, sehingga terdapat beberapa fitur yang belum berfungsi.

Contoh Pengisian:

| No  | Kriteria   | Sangat tidak setuju <span style="float:right">sangat setuju</span> |          |          |          |          |
|---|--|--|----------|----------|----------|----------|
|   |  | ←————→   |          |          |          |          |
|   |  | 1  | 2        | 3        | 4        | 5        |
| <b>Content, Organization, and Readability</b> |  | <b>1</b>   | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
| 1.  | Situs web ini mengandung sebagian besar materi dan topik yang menjadi minat saya dan materi/topik tersebut dalam kondisi terkini | ✓  |          |          |          |          |
| 2.  | Saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya inginkan di dalam situs web ini  |  | ✓        |          |          |          |

DAFTAR PERTANYAAN :

| No  | Kriteria   | Sangat tidak setuju <span style="float:right">sangat setuju</span> |          |          |          |          |
|---|--|--|----------|----------|----------|----------|
|   |  | ←————→   |          |          |          |          |
|   |  | 1  | 2        | 3        | 4        | 5        |
| <b>Content, Organization, and Readability</b> |  | <b>1</b>   | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
| 1.  | Situs web ini mengandung sebagian besar materi dan topik yang menjadi minat saya dan materi/topik tersebut dalam kondisi terkini |  |          |          |          |          |
| 2.  | Saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya inginkan di dalam situs web ini  |  |          |          |          |          |
| 3.  | Isi/konten yang terdapat dalam situs web ini   |  |          |          |          |          |



|                              |  |  |  |  |  |
|------------------------------|--|--|--|--|--|
|                              | tersusun/terorganisir dengan baik  |  |  |  |  |
| 4.                           | Saya dapat dengan mudah membaca isi/konten situs web ini   |  |  |  |  |
| 5.                           | Saya merasa nyaman dan tidak asing dengan bahasa yang digunakan  |  |  |  |  |
| 6.                           | Saya tidak perlu menggunakan <i>scroll</i> ke kiri dan ke kanan ketika membaca situs web ini   |  |  |  |  |
| <b>Navigation and Links</b>  |  |  |  |  |  |
| 7.                           | Saya dapat dengan mudah mengetahui posisi/keberadaan saya ketika menjelajahi situs web ini   |  |  |  |  |
| 8.                           | Situs web ini menyediakan petunjuk dan tautan ( <i>link</i> ) yang mempermudah saya memperoleh informasi yang saya inginkan              |  |  |  |  |
| 9.                           | Saya dapat dengan mudah menjelajah situs web ini menggunakan tautan ( <i>link</i> ) yang ada atau tombol <i>back</i> pada <i>browser</i> |  |  |  |  |
| 10.                          | Tautan ( <i>link</i> ) dalam situs web ini terpelihara dan diperbaharui dengan baik  |  |  |  |  |
| 11.                          | Situs web ini tidak membuka terlalu banyak kotak jendela ( <i>windows</i> ) baru ketika saya menjelajahi situs web                       |  |  |  |  |
| 12.                          | Tautan-tautan ( <i>links</i> ) dan menu ditempatkan secara standar dalam keseluruhan situs web ini dan dapat dengan mudah saya kenali    |  |  |  |  |
| <b>User Interface Design</b> |  |  |  |  |  |
| 13.                          | Desain antarmuka pengguna situs web ini atraktif   |  |  |  |  |
| 14.                          | Saya merasa nyaman dengan warna yang digunakan dalam situs web ini   |  |  |  |  |
| 15.                          | Situs web ini tidak mengandung fitur yang mengganggu seperti <i>scrolling</i> atau <i>blinking</i> teks dan animasi berulang             |  |  |  |  |
| 16.                          | Situs web ini mempunyai tampilan ( <i>feel and look</i> ) yang konsisten   |  |  |  |  |
| 17.                          | Situs web ini tidak mengandung terlalu banyak iklan  |  |  |  |  |

|     |  |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|--|
| 18. | Desain situs web ini bisa dipahami dengan baik dan mudah dipelajari penggunaanya   |  |  |  |  |  |
|     | <b>Performance and Effectiveness</b>   |  |  |  |  |  |
| 19. | Saya tidak perlu menunggu terlalu lama untuk membuka suatu halaman   |  |  |  |  |  |
| 20. | Saya dapat dengan mudah membedakan antara tautan ( <i>link</i> ) yang sudah dan yang belum dikunjungi                      |  |  |  |  |  |
| 21. | Saya dapat mengakses situs web ini di hampir sepanjang waktu   |  |  |  |  |  |
| 22. | Situs web ini memberi respon terhadap aksi-aksi yang saya lakukan sesuai dengan perkiraan saya                             |  |  |  |  |  |
| 23. | Situs web ini dapat digunakan dengan efisien   |  |  |  |  |  |
| 24. | Situs web ini selalu menyediakan pesan yang jelas dan berguna ketika saya tidak tahu bagaimana harus melanjutkan aksi saya |  |  |  |  |  |



## LAMPIRAN C RINCIAN HASIL KUESIONER WEBUSE

### C.1 Rincian hasil kuesiner WEBUSE pada evaluasi *usability* awal

| Partisipan | Content, organisation and readability |      |      |      |      |      | Navigation and links |      |      |      |      |      | User interface design |      |      |      |      |      | Performance and effectiveness |      |      |      |      |      |     |
|------------|---------------------------------------|------|------|------|------|------|----------------------|------|------|------|------|------|-----------------------|------|------|------|------|------|-------------------------------|------|------|------|------|------|-----|
|            | 1                                     | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7                    | 8    | 9    | 10   | 11   | 12   | 13                    | 14   | 15   | 16   | 17   | 18   | 19                            | 20   | 21   | 22   | 23   | 24   |     |
| 1          | 0.5                                   | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75                 | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 1    | 0.5  | 0.75                  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75                          | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  |     |
| 2          | 0.25                                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 1    | 0.5                  | 0.5  | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.25 | 0.25                  | 0.25 | 1    | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75                          | 0    | 0.75 | 0.5  | 0.25 | 0.5  |     |
| 3          | 0.25                                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 1    | 0.5                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.25                  | 0.5  | 1    | 0.5  | 1    | 0.25 | 1                             | 0    | 0.75 | 0.75 | 0.25 | 0.25 |     |
| 4          | 0.75                                  | 0.75 | 1    | 1    | 0.75 | 0    | 0.25                 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 1    | 1    | 0.25                  | 0.75 | 1    | 1    | 1    | 0.75 | 0.75                          | 0    | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 |     |
| 5          | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75                 | 0.75 | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.25                  | 0.25 | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.25 | 0    | 0.5  | 0.25 | 0.25 |     |
| 6          | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5                   | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75                          | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5  |     |
| 7          | 0.5                                   | 0.25 | 0.25 | 0.25 | 0.5  | 0.75 | 0.75                 | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.25                  | 0.25 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.5                           | 0.75 | 0.75 | 0.25 | 0.25 | 0.5  |     |
| 8          | 0.5                                   | 0.5  | 0.25 | 0.25 | 0.5  | 0.75 | 0.5                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.25 | 0.5                   | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.25 | 0.75 | 0.75                          | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.25 |     |
| 9          | 0.25                                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.25 | 0.25                 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 1    | 0.5  | 0.25                  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 |     |
| 10         | 0.5                                   | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75                  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5  |     |
| 11         | 0.5                                   | 1    | 1    | 1    | 0.75 | 0.5  | 0.25                 | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5                   | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  |     |
| 12         | 0.75                                  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5                  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75                  | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.25 |     |
| 13         | 1                                     | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5                   | 0.75 | 0.25 | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.75                          | 0.25 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.25 |     |
| 14         | 0.75                                  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75                  | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.75 | 0.25 | 0.75 | 0.5  | 0.5  |     |
| 15         | 0.75                                  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5                  | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75                  | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75                          | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5  |     |
| 16         | 0                                     | 0.25 | 1    | 0.5  | 0.5  | 1    | 0.5                  | 0.25 | 0    | 0.5  | 1    | 0.5  | 0                     | 0    | 0.25 | 1    | 1    | 0.5  | 0.75                          | 0    | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0    |     |
| 17         | 0.75                                  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 1    | 0.5  | 0.5                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5                   | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 |     |
| 18         | 0.75                                  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5                   | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75                          | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5  |     |
| 19         | 0.5                                   | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.25                 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.25                  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.5  | 1    | 0.5  | 0.75 | 0.5  |     |
| 20         | 0.75                                  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5                   | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75                          | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5  |     |
| 21         | 0.5                                   | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.25 | 0.25                  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.25 | 1                             | 1    | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  |     |
| 22         | 0.5                                   | 0.5  | 0    | 0    | 0.25 | 0.75 | 0.5                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0                     | 0.25 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.25 | 0.5 |

| Partisipan             | Content, organisation and readability |      |      |      |      |      | Navigation and links |      |      |      |      |      | User interface design |      |      |      |      |      | Performance and effectiveness |      |      |      |      |      |
|------------------------|---------------------------------------|------|------|------|------|------|----------------------|------|------|------|------|------|-----------------------|------|------|------|------|------|-------------------------------|------|------|------|------|------|
|                        | 1                                     | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7                    | 8    | 9    | 10   | 11   | 12   | 13                    | 14   | 15   | 16   | 17   | 18   | 19                            | 20   | 21   | 22   | 23   | 24   |
| 23                     | 0.75                                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0    | 0.5  | 0.5                  | 0    | 0    | 0    | 0    | 0.25 | 0.25                  | 0.25 | 0.5  | 0.75 | 0    | 0    | 0                             | 0    | 0    | 0.25 | 0.25 | 0.25 |
| 24                     | 0.5                                   | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                   | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5                           | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  |
| 25                     | 0.5                                   | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.5                  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.25                  | 0.25 | 0.25 | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5                           | 0.25 | 0.5  | 0.25 | 0.25 | 0.5  |
| 26                     | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 |      |
| 27                     | 0.25                                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5                  | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.75 | 0.5  | 0.25                  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  |      |
| 28                     | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 1    | 0.75                 | 1    | 1    | 0.75 | 0.75 | 0.25 | 0                     | 0    | 0    | 0.25 | 1    | 1    | 1                             | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.5  |      |
| 29                     | 0.75                                  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                   | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  |      |
| 30                     | 0.75                                  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1                    | 1    | 1    | 0.75 | 1    | 1    | 0.75                  | 1    | 0    | 1    | 0.25 | 1    | 1                             | 0    | 1    | 1    | 1    |      |
| Rata-rata per atribut  | 0.58                                  | 0.63 | 0.59 | 0.60 | 0.63 | 0.66 | 0.55                 | 0.61 | 0.63 | 0.61 | 0.72 | 0.57 | 0.42                  | 0.49 | 0.54 | 0.63 | 0.59 | 0.58 | 0.68                          | 0.43 | 0.58 | 0.55 | 0.51 | 0.50 |
| Rata-rata per kategori | 0.62 (Good)                           |      |      |      |      |      | 0.61 (Good)          |      |      |      |      |      | 0.54 (Moderate)       |      |      |      |      |      | 0.54 (Moderate)               |      |      |      |      |      |
| Rata-rata keseluruhan  | 0.58 (Moderate)                       |      |      |      |      |      |                      |      |      |      |      |      |                       |      |      |      |      |      |                               |      |      |      |      |      |

### C.2 Rincian hasil kuesioner WEBUSE pada evaluasi perbaikan rancangan

| Partisipan | Content, organisation and readability |      |      |      |      |      | Navigation and links |      |      |      |      |      | User interface design |      |      |      |      |      | Performance and effectiveness |      |      |      |      |      |      |
|------------|---------------------------------------|------|------|------|------|------|----------------------|------|------|------|------|------|-----------------------|------|------|------|------|------|-------------------------------|------|------|------|------|------|------|
|            | 1                                     | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7                    | 8    | 9    | 10   | 11   | 12   | 13                    | 14   | 15   | 16   | 17   | 18   | 19                            | 20   | 21   | 22   | 23   | 24   |      |
| 1          | 0.75                                  | 1    | 1    | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.5                  | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75                  | 0.5  | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.5  | 0.75                          | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.5  |      |
| 2          | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.5  | 0.75                 | 1    | 1    | 0.75 | 1    | 1    | 0.75                  | 0.75 | 1    | 1    | 0.75 | 0.75 | 1                             | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 |      |
| 3          | 0.5                                   | 0.75 | 1    | 1    | 1    | 1    | 1                    | 1    | 1    | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.75                  | 0.5  | 1    | 1    | 1    | 0.5  | 0.75                          | 0.5  | 1    | 0.75 | 1    | 1    |      |
| 4          | 1                                     | 1    | 1    | 1    | 1    | 0.75 | 1                    | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 1    | 1    | 0.5                   | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 1    | 1                             | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.75 | 1    |      |
| 5          | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5                   | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 |
| 6          | 0.75                                  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0.75                 | 0.75 | 1    | 0.75 | 1    | 0.75 | 1                     | 1    | 0.75 | 1    | 0.75 | 1    | 1                             | 1    | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 |      |
| 7          | 1                                     | 0    | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0    | 0.75                 | 0.75 | 0.25 | 1    | 0.25 | 0.25 | 1                     | 1    | 1    | 1    | 1    | 0.25 | 1                             | 1    | 0.75 | 0.75 | 1    | 1    |      |
| 8          | 1                                     | 1    | 1    | 0.75 | 1    | 1    | 1                    | 1    | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75                          | 1    | 1    | 1    | 1    | 0.75 |      |
| 9          | 0.75                                  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                  | 0.75 | 1    | 0.75 | 1    | 0.75 | 1                             | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 |      |
| 10         | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 1    | 0.75                  | 0.5  | 0    | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 |
| 11         | 0.5                                   | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.75 | 0.75                  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75                          | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 |      |
| 12         | 1                                     | 1    | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75                 | 0.25 | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.25                  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 1    | 0.75                          | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.5  | 0    |      |
| 13         | 1                                     | 0.75 | 0.5  | 1    | 0.75 | 0.75 | 1                    | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.75 | 1    | 0.5                   | 1    | 0.75 | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.75                          | 0.75 | 1    | 0.75 | 1    | 0.75 |      |
| 14         | 0.75                                  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 0.75                 | 1    | 1    | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.75                  | 1    | 0.75 | 1    | 1    | 1    | 1                             | 1    | 1    | 1    | 1    | 0.75 |      |
| 15         | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.75                          | 0.25 | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  |      |
| 16         | 0.5                                   | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 1    | 0.75 | 1                    | 0.75 | 1    | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.5                   | 0.75 | 1    | 0.75 | 1    | 1    | 1                             | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  |      |
| 17         | 0.5                                   | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5                  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5                   | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.25                          | 0.25 | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.75 |      |
| 18         | 0.5                                   | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.25                 | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.25 | 0.5  | 0.5                   | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  |      |
| 19         | 1                                     | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1                    | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.25 | 0.75                  | 0.25 | 0.75 | 1    | 0.5  | 0.75 | 0.25                          | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.75 | 1    |      |
| 20         | 0.5                                   | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5                  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5                   | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5  |
| 21         | 0.75                                  | 0.75 | 0.25 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75                  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75                          | 0.25 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 |      |
| 22         | 0.75                                  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 1                     | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 1                             | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  |      |
| 23         | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 1    | 1    | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 1                     | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 1    | 1                             | 1    | 1    | 1    | 1    | 0.75 | 0.75 |

| Partisipan             | Content, organisation and readability |      |      |      |      |      | Navigation and links |      |      |      |      |      | User interface design |      |      |      |      |      | Performance and effectiveness |      |      |      |      |      |
|------------------------|---------------------------------------|------|------|------|------|------|----------------------|------|------|------|------|------|-----------------------|------|------|------|------|------|-------------------------------|------|------|------|------|------|
|                        | 1                                     | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7                    | 8    | 9    | 10   | 11   | 12   | 13                    | 14   | 15   | 16   | 17   | 18   | 19                            | 20   | 21   | 22   | 23   | 24   |
| 24                     | 0.75                                  | 0.75 | 0.75 | 1    | 1    | 1    | 0.75                 | 0.75 | 1    | 0.75 | 1    | 0.5  | 0.75                  | 0.75 | 1    | 1    | 0.75 | 0.75 | 0.75                          | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 |
| 25                     | 0.25                                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.5                  | 0.25 | 0.75 | 0.25 | 0.25 | 0.5  | 0.25                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5                           | 0.25 | 0.25 | 0.25 | 0.25 | 0.25 |
| 26                     | 0.75                                  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75                  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.75                          | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.75 |
| 27                     | 0.5                                   | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5  | 0.25                  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.75 | 0.75                          | 0.5  | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.75 |
| 28                     | 0.5                                   | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 1    | 0.5                  | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 1    | 0.75 | 0.5                   | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.75                          | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 0.5  |
| 29                     | 0.75                                  | 0.75 | 1    | 0.75 | 0.25 | 0.75 | 0.75                 | 0.75 | 0.75 | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5                   | 0.5  | 0.5  | 0.5  | 0.25 | 0.5  | 0.5                           | 0.5  | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.5  |
| 30                     | 0.5                                   | 0.75 | 0.25 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.25                 | 0.75 | 0.5  | 0.5  | 1    | 0.25 | 0.25                  | 0.25 | 0.25 | 0.5  | 0.25 | 0    | 0.25                          | 0.75 | 0.5  | 0.75 | 0.75 | 0.5  |
| Rata-rata per atribut  | 0.71                                  | 0.72 | 0.70 | 0.76 | 0.78 | 0.73 | 0.71                 | 0.69 | 0.73 | 0.63 | 0.73 | 0.69 | 0.64                  | 0.63 | 0.67 | 0.72 | 0.68 | 0.69 | 0.77                          | 0.63 | 0.73 | 0.67 | 0.69 | 0.67 |
| Rata-rata per kategori | 0.73 (Good)                           |      |      |      |      |      | 0.70 (Good)          |      |      |      |      |      | 0.67 (Good)           |      |      |      |      |      | 0.69 (Good)                   |      |      |      |      |      |
| Rata-rata keseluruhan  | 0.70 (Good)                           |      |      |      |      |      |                      |      |      |      |      |      |                       |      |      |      |      |      |                               |      |      |      |      |      |