

BAB I

PENDAHULUAN

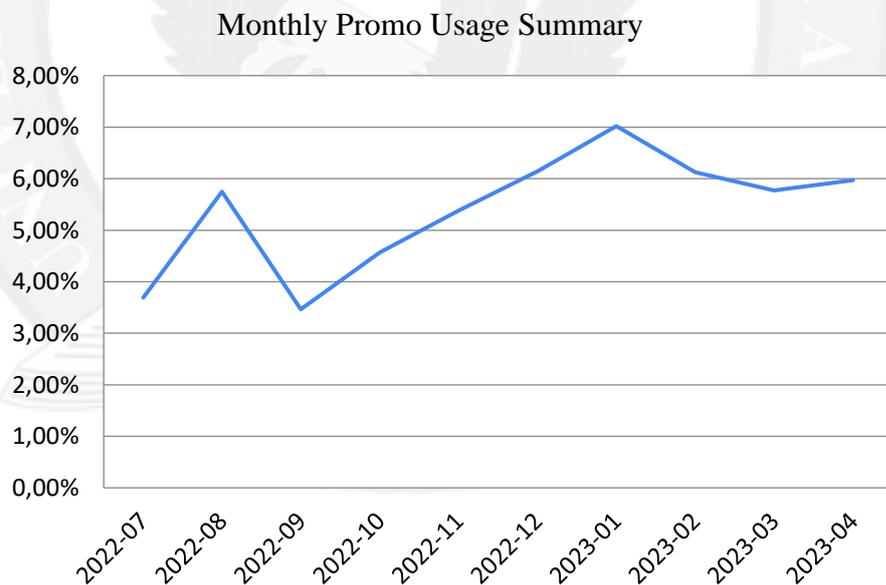
1.1. Latar Belakang

Dalam masa era digitalisasi ini, teknologi semakin berkembang pesat dan telah menjadi pilar utama dalam kehidupan kita seperti cara kita berinteraksi dengan masyarakat, berkontribusi di tempat kerja, melakukan aktivitas belanja, dan memanfaatkan layanan transportasi. Melalui upaya untuk mengikuti alur perkembangan, perusahaan akan terus menerus melakukan peningkatan fitur-fitur dalam aplikasi mereka untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna baik dalam segi efektivitas dan efisiensi sehingga dapat mengoptimalkan kepuasan mereka. Tidak hanya itu *user interface* (UI) maupun *user experience* (UX) yang terintegrasi dan bagus merupakan salah satu hal penting yang wajib diperhatikan dalam sebuah aplikasi karena akan memberikan kemudahan dan kepuasan kepada pengguna ketika menggunakannya (Singh, 2018).

Saat ini, Perusahaan Transportasi X merupakan salah satu pelopor dibidangnya yang terus berkembang dengan aplikasi Transportasi *Online X* yang terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan serta konsisten. Perusahaan ini bergerak di bidang transportasi yang telah beroperasi di 18 kota Indonesia dengan total lebih dari 20.000 armada. Kualitas layanan yang tinggi, inovasi teknologi, serta pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar menjadikannya pilihan utama bagi banyak konsumen sehingga dapat terus

berkembang dan bersaing dengan berbagai kompetitor di era perkembangan teknologi saat ini.

Namun, terdapat tantangan khusus yang dihadapi oleh perusahaan aplikasi Transportasi *Online X* terkait fitur promo yang mereka tawarkan. Banyak keluhan yang bermunculan dari pengguna terkait kesulitan mereka dalam menggunakan fitur promo baik dari segi UI/UX, alur penggunaan, hingga implementasi fitur tersebut. Berdasarkan riset etnografi melalui media sosial terdapat indikasi kuat terdapat banyak pengguna yang merasa tidak puas dengan fitur promo yang ada. Melalui data internal yang dapat dilihat dari Gambar 1.1 untuk sepuluh bulan terakhir mencapai kurang dari 10% setiap bulannya.



Gambar 1.1 Persentase Penggunaan Promo

Sumber: Data Internal Perusahaan X

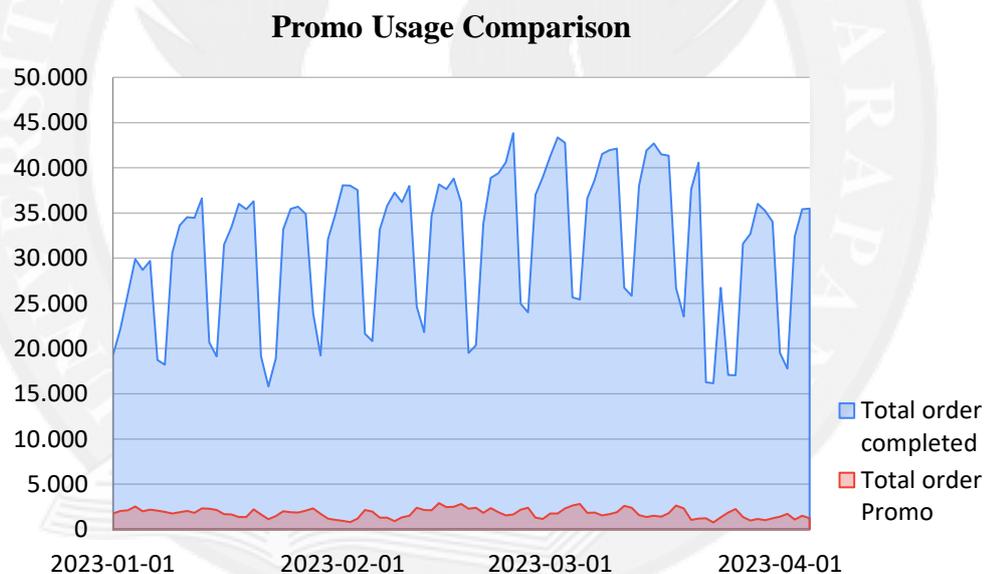
Analisis lebih lanjut melalui data selama empat bulan terakhir (Januari 2023 sampai April 2023) pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata

penggunaan promo kurang dari 5% di hari kerja dan kurang dari 10% di akhir pekan. Perbedaan tersebut juga dapat terlihat dengan sangat jelas melalui grafik perbandingan di Gambar 1.2 antara pesanan yang menyelesaikan transaksi dengan menggunakan dan tidak menggunakan promo.

Tabel 1.1 Perbandingan Rata-Rata Penggunaan Promo

Average Promo Usage			
Weekdays		Weekends	
Average Total Order	35.295	Average Total Order	21.380
Average Total Order Promo	1.647	Average Total Order Promo	2.133
Average % Promo Usage	4,80%	Average % Promo Usage	9,99%

Sumber: Data Internal Perusahaan X



Gambar 1.2 Grafik Perbandingan Transaksi

Sumber: Data Internal Perusahaan X

Melalui analisis data tersebut muncul hipotesis bahwa hal ini banyak terjadi karena pengguna menghadapi kesulitan dengan fitur promo akibat familiaritas dengan aplikasi kompetitor baik dari alur maupun tampilan

sehingga mengalami *pain points* dengan halaman promo aplikasi transportasi X. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk lebih memahami kesulitan dan tantangan yang dihadapi pengguna untuk memaksimalkan penggunaan promo baik dengan melakukan peningkatan tampilan *interface* aplikasi untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

Maka dengan menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) dapat menjadi solusi untuk memahami lebih dalam mengenai keinginan pengguna terutama untuk fitur promo. UCD berupa metode yang dapat membantu pengembangan aplikasi dengan berpusat pada kepuasan pengguna dengan melibatkan mereka secara aktif (Larson Kaligis & Fatri, 2020). Pendekatan UCD akan melibatkan pengguna secara langsung dalam setiap tahap proses pengembangan, sehingga lebih memahami kebutuhan serta ekspektasi mereka terhadap fitur promo sehingga dapat dilakukan optimalisasi dan peningkatan kepuasan pengguna terhadap fitur yang dikembangkan.

Berdasarkan urgensi untuk meningkatkan kepuasan pengguna khususnya dalam konteks fitur promo, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan meningkatkan UI dan UX fitur promo aplikasi Transportasi *Online X* menggunakan pendekatan UCD sehingga dapat menjadi solusi untuk memahami lebih dalam tentang keinginan pengguna.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini berupa:

- 1) Bagaimana cara meningkatkan pengguna dalam menggunakan promo?
- 2) Bagaimana cara meningkatkan *flow* penggunaan fitur promo menjadi lebih *user friendly*?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami setiap permasalahan serta tantangan dari setiap pengguna ketika menggunakan fitur promo pada aplikasi Transportasi *Online X*, sehingga dapat dilakukan identifikasi *pain points* dan *user flow* menjadi yang ideal sesuai dengan hasil analisis dari perilaku pengguna.

1.4. Batasan Masalah

Untuk menghindari semakin meluasnya penelitian ini maka akan dibuat ruang lingkup permasalahan dengan batasan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi kebutuhan pengguna ketika menggunakan fitur promo pada aplikasi Transportasi *Online X*.
- 2) Melakukan perancangan *prototype* sesuai dengan hasil analisis dengan metode *User Centered Design* (UCD).
- 3) Pengukuran *usability* setelah perancangan *high-fidelity wireframe* dengan menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS).

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang akan dilakukan diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

- 1) Menganalisis dan meningkatkan kepuasan pengguna ketika menggunakan fitur promo aplikasi Transportasi *Online X*.
- 2) Melakukan peningkatan dan perbaikan fitur promo sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.6. Metodologi Penelitian

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam melakukan penelitian tugas akhir berupa:

1. *Primary research* dengan interview pengguna dan *user testing* dengan metode pengujian *system usability scale*.
2. *Secondary research* dengan *desk research* (*competitor benchmarking*, *user flow*, dan *user persona*).

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian yang akan dilakukan untuk tugas akhir berupa:

1) BAB I – Pendahuluan

Berisikan pembahasan untuk latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2) BAB II – Landasan Teori

Berisikan pembahasan dari teori-teori dasar yang akan digunakan untuk mendukung penelitian.

3) BAB III – Metodologi Penelitian

Berisikan pembahasan untuk identifikasi masalah, metode pengumpulan data ,serta analisis data yang dilakukan dalam penelitian.

4) BAB IV – Hasil dan Pembahasan

Berisikan pembahasan untuk pengolahan data hasil interview, pembuatan *prototype* sesuai dengan hasil analisis, hasil pengujian dengan SUS, dan rekomendasi solusi yang sesuai.

5) BAB V – Kesimpulan dan Saran

Berisikan penutup dari hasil penelitian dan saran untuk pengembangan selanjutnya.

