

Pengembangan User Experience Website E-Marketing Dengan Metode Goal-Directed Design Pada Usaha Cokelat Cantique

Salsabila Kanaya^{1*}, Herbert Siregar², Ani Anisyah³, Jajang Kusnendar⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

¹salsabilak28@upi.edu, ²herbert@upi.edu, ³anianisyah@upi.edu, ⁴jkusnendar@upi.edu



Histori Artikel:

Diajukan: 3 December 2024

Disetujui: 17 Desember 2024

Dipublikasi: 19 Desember 2024

Kata Kunci:

E-marketing, Goal-Directed Design, SUS, UEQ, User Experience, Website

Digital Transformation

Technology (Digitech) is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Abstrak

Strategi pemasaran berbasis *website* sangat penting dalam meningkatkan daya saing bisnis, terutama dengan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik. Cokelat Cantique yang menawarkan produk cokelat karakter, menyadari pentingnya pengalaman pengguna dalam membangun loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *user experience* (UX) *website e-marketing* Cokelat Cantique dengan menggunakan metode *Goal-Directed Design*, guna meningkatkan UX dan memperkuat *brand*. Metode ini mencakup 6 fase, yaitu *research*, *modelling*, *requirements definition*, *framework definition*, *refinement*, dan *development support*. Proses pengujian dilakukan dengan menggunakan validasi ahli UX, *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan *System Usability Scale* (SUS) dengan 30 responden. Hasil UEQ menunjukkan penilaian “Excellent” pada keenam aspeknya, dengan nilai rata-rata terendah sebesar 1,68, yaitu pada aspek *novelty*. Pengujian SUS mencapai skor 81 yang termasuk dalam kategori “Excellent” dan “Acceptable”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa metode *Goal-Directed Design* efektif dalam menciptakan *website* yang memenuhi kebutuhan pengguna, meskipun perlu adanya perbaikan pada aspek *novelty* dan kemudahan navigasi.

PENDAHULUAN

Di masa kini yang serba digital, dimana teknologi dan internet berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, menjadikan strategi pemasaran dan promosi produk menjadi faktor kunci untuk keberhasilan bisnis. Transformasi dari manajemen pemasaran menjadi pemasaran digital telah menjadi langkah strategis bagi perusahaan untuk tetap relevan dan sukses (Alinda et al., 2024). Menurut survei yang diterbitkan oleh Forbes, 85% pelanggan melakukan riset secara daring sebelum melakukan pembelian, dengan platform yang paling banyak digunakan adalah *website* (74%) (Kaplan, 2020). Data ini menunjukkan bahwa kehadiran *online* yang kuat sangat penting untuk mendukung pertumbuhan bisnis, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, di masa mendatang, berbagai bidang akan mengalami perubahan paradigma, sehingga setiap organisasi perlu mengevaluasi manajemen strategisnya, baik itu strategi yang saat ini diterapkan maupun yang akan direncanakan (Siregar et al., 2020).

Sehubungan dengan hal ini, Cokelat Cantique sebagai pelaku usaha yang menawarkan produk berbasis karakter, menghadapi tantangan untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan pengalaman pengguna. Untuk mengatasi tantangan ini, pengembangan *website* menjadi langkah strategis dengan pendekatan berbasis *user interface* (UI) dan *user experience* (UX). Penelitian yang dilakukan oleh Ismail & Faizah (2024), menunjukkan bahwa dengan adanya *website* cokelat *online* dapat meningkatkan jangkauan pemasaran serta promosi cokelat di kalangan masyarakat luas. *Website* ini dirancang untuk memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan personal, dengan fitur kustomisasi produk yang memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikan cokelat berdasarkan kebutuhannya.

Untuk mencapai hasil yang optimal, penelitian ini menggunakan metode *Goal-Directed Design* (GDD) untuk memberikan solusi dalam pengembangan antarmuka dan pengalaman pengguna aplikasi dengan tujuan yang spesifik (Yohanes et al., 2021). Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wicaksono et al. (2020), penelitian ini menggunakan metode *Goal-Directed Design* untuk desain perbaikan antarmuka pengguna pada Situs Web Funtech Plaza. Hasil pada penelitian tersebut ditemukan bahwa metode *Goal-Directed Design* menciptakan titik temu antara keinginan *stakeholder* dan *user*, sehingga memungkinkan dilakukannya perbaikan sesuai keinginan kedua pihak. Untuk mengevaluasi *website* yang sudah dibuat, dilakukan pengujian dengan menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan *System Usability Scale* (SUS), untuk mengevaluasi UX dari *website* yang dikembangkan. Selain itu, validasi ahli UX dilakukan untuk mendapatkan masukan dari ahli UX untuk memberikan masukan dan umpan balik mengenai aspek UX sehingga meningkatkan kualitas dan efektivitas *website* yang sedang dikembangkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pengembangan *website* Cokelat Cantique dengan

menggunakan metode *Goal-Directed Design* dapat meningkatkan UX dan memperkuat *brand*. Dengan pendekatan ini, diharapkan *website* yang dikembangkan mampu memberikan nilai tambah baik bagi pelanggan maupun pemilik usaha.

STUDI LITERATUR

User Experience (UX)

User experience adalah pengalaman yang dialami seseorang saat menggunakan produk, sistem, atau layanan tertentu (Rahmadiansyah et al., 2020). Sebuah sistem yang berfungsi dan dapat digunakan tidak dapat dikatakan berhasil jika belum mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi penggunanya (Sanjiwani et al., 2020).

Website

Website merupakan sebuah media yang terdiri dari berbagai halaman yang saling terhubung melalui *hyperlink*, yang dirancang untuk menyajikan informasi dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, video, suara, dan animasi, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut (Khirdany & Anas, 2024).

E-Marketing

E-marketing merupakan bentuk pemasaran yang memanfaatkan teknologi elektronik, khususnya internet (Safitri et al., 2024). Dengan memanfaatkan *website*, media sosial, *email*, dan mesin pencarian, *e-marketing* menjadi bagian penting dalam pemasaran modern, memperluas jangkauan pasar, dan membangun hubungan dengan konsumen.

Goal-Directed Design

Goal-Directed Design adalah salah satu pendekatan desain UX yang berfokus pada tujuan pengguna dan dapat diterapkan pada produk atau aplikasi (Cooper et al., 2014). Metode *Goal-Directed Design* berfokus untuk mengidentifikasi kebutuhan desain produk atau aplikasi untuk mencapai tujuan pengguna.

User Experience Questionnaire (UEQ)

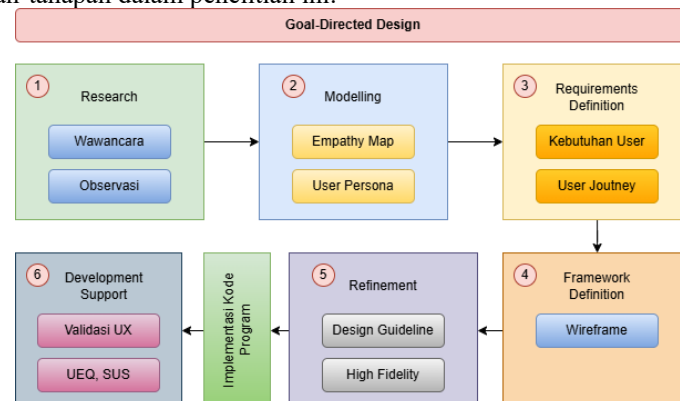
Metode UEQ dirancang untuk mengevaluasi berbagai elemen dari pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan suatu produk, sistem, atau layanan. UEQ memungkinkan pengguna dengan cepat memberikan evaluasi terhadap pengalaman pengguna produk interaktif apapun (Schrepp, 2023). UEQ terdiri dari enam skala penilaian yang mencakup 26 item pernyataan, yaitu *Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty* (Schrepp, 2023).

System Usability Scale (SUS)

SUS adalah metode penilaian standar yang digunakan untuk mengetahui tingkat efektivitas, efisiensi, dan kepuasan pelanggan terhadap suatu sistem atau produk (Susila & Arsa, 2023). Dengan menggunakan SUS, pengembang atau perancang dapat mengetahui seberapa nyaman, mudah, dan puas pengguna saat menggunakan suatu sistem. Dalam penelitian ini, kuesioner SUS yang akan digunakan adalah versi yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia dan telah diuji reliabilitasnya dengan hasil sebesar 0,84 oleh Sharfina & Santoso (2016).

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode *Goal-Directed Design* untuk pengembangan *website* Cokelat Cantique, yang terdiri dari beberapa fase, yaitu *research*, *modelling*, *requirements definition*, *framework definition*, *refinement*, dan *development support*. Selain itu, terdapat fase implementasi kode program yang dilakukan diantara fase *refinement* dan *development support*. Diagram alur yang ditunjukkan pada Gambar 1 menggambarkan tahapan-tahapan dalam penelitian ini.



Gambar 1 Desain Penelitian

1. **Goal-Directed Design (Research):** Pada Fase ini, data kualitatif tentang pengguna dan *stakeholder* dikumpulkan melalui observasi dan wawancara.

2. **Goal-Directed Design (Modelling):** Pada fase ini, *persona* dan *empathy map* disusun berdasarkan temuan wawancara yang dilakukan pada fase sebelumnya.
3. **Goal-Directed Design (Requirements Definition):** Pada fase ini bertujuan untuk merancang fitur-fitur, struktur, dan alur interaksi website berdasarkan kebutuhan pengguna.
4. **Goal-Directed Design (Framework Definition):** Pada fase ini berfokus dalam merumuskan kerangka kerja desain dengan mengembangkan *wireframe*.
5. **Goal-Directed Design (Refinement):** Fase ini berfokus pada pengembangan visual produk untuk memastikan bahwa komponen yang ditampilkan konsisten secara keseluruhan.
6. **Implementasi Kode Program:** Pada fase ini, rancangan desain yang telah dibuat diubah menjadi kode program yang bertujuan untuk membangun *website* sesuai dengan desain yang telah dibuat.
7. **Goal-Directed Design (Development Support):** Pada fase ini dilakukan evaluasi terhadap desain yang telah dibuat kepada pengguna.

HASIL

Goal-Directed Design: Research

1. Hasil Wawancara Pemilik Usaha

Dari hasil wawancara dengan *client* atau pemilik Cokelat Cantique, dapat disimpulkan bahwa bisnis ini telah beroperasi selama 7 tahun dengan mayoritas pelanggan adalah orang dewasa di atas 30 tahun, sehingga penting bagi *website* untuk mudah digunakan oleh berbagai kalangan. Keunggulan utama produk meliputi kualitas cokelat yang tinggi, kemasan menarik, serta opsi kustomisasi. Pemilik berharap *website* dapat meningkatkan penjualan dengan menyediakan informasi produk yang lengkap, mempermudah pemesanan online, dan mengatasi tantangan seperti manajemen pemesanan yang masih manual. Pengembangan *website* juga difokuskan pada desain modern, pengkategorian produk, serta fitur-fitur seperti pilihan jenis cokelat dan detail pembelian untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

2. Hasil Wawancara User

Dari hasil wawancara dengan lima pelanggan Cokelat Cantique menunjukkan bahwa desain karakter yang menarik, kualitas cokelat yang baik, dan beragamnya pilihan karakter menjadi faktor utama yang mendorong loyalitas pelanggan. Pelanggan menginginkan pengalaman berbelanja *online* yang mudah dengan fitur pencarian, kustomisasi cokelat, dan informasi yang lengkap. Desain *website* yang menarik dengan warna pastel yang sesuai dengan karakteristik merek sangat penting bagi pelanggan. Oleh karena itu, fitur-fitur yang memudahkan transaksi, *website* yang mudah digunakan, dan menyajikan produk yang berkualitas dan beragam sangat diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan.

3. Observasi

Hasil observasi menunjukkan bahwa pengelolaan pesanan masih dilakukan manual, memakan waktu, dan rentan kesalahan, sehingga dibutuhkan sistem manajemen yang lebih terstruktur. Di media sosial, interaktif aktif terjadi melalui Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp, meskipun informasi produk kurang terstruktur dan proses pemesanan masih melalui chat pribadi. Hal ini menegaskan perlunya fitur pemesanan yang lebih cepat, terorganisir dan informasi produk secara lengkap pada *website* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Goal-Directed Design: Modelling

Pada fase ini, *persona* dan *empathy map* berdasarkan temuan wawancara yang dilakukan pada fase sebelumnya. Hasil *empathy map* dari pemilik usaha dan *user* ditunjukkan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1 *Empathy Map* Pemilik Usaha

No	Aspek	Keterangan
1	<i>Says</i>	1. Saya ingin <i>website</i> Cokelat Cantique sebagai media pemesanan produk yang lebih efektif
		2. Saya ingin <i>website</i> yang bisa diakses oleh semua kalangan dan bisa terhubung dengan media sosial yang digunakan.
		3. Foto produk saya sering dicuri orang yang tidak bertanggung jawab.
		4. <i>Website</i> akan membantu mengatasi masalah ini dan juga meningkatkan profesionalitas <i>brand</i> .
		5. <i>Website</i> akan memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk melihat produk secara <i>online</i> dan meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada <i>brand</i> .
2	<i>Thinks</i>	1. Saya ingin sistem di <i>website</i> yang bisa mencatat dan mengelola pesanan secara otomatis, sehingga tidak lagi perlu repot mencatat manual.
		2. Saya harus memperluas pemasaran produk supaya tidak bergantung hanya pada media sosial.
		3. <i>Website</i> harus mudah digunakan, bukan hanya untuk saya, tetapi juga untuk pelanggan dari berbagai usia dan latar belakang.

No	Aspek	Keterangan
3	Does	4. Saya ingin menciptakan pengalaman belanja yang lebih efisien dan nyaman bagi pelanggan
		5. <i>Website</i> yang profesional dan aman akan membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
		1. Aktif mempromosikan produk di media sosial (<i>instagram, tiktok, facebook, dan WhatsApp</i>).
		2. Mengelola pesanan secara manual dengan mencatat di buku atau mengandalkan chat dari pelanggan di media sosial.
4	Feels	3. Meluangkan waktu untuk membalas pertanyaan pelanggan terkait pesanan secara individual, yang seringkali memakan waktu dan membuat lelah.
		4. Menerima kustomisasi produk seperti karakter, warna, dan tema berdasarkan permintaan pelanggan.
		1. Saya khawatir soal efisiensi pengelolaan pesanan yang masih manual, terutama saat orderan pada <i>event</i> besar.
		2. Seringkali merasa kesal karena foto produk yang dicuri oleh orang lain untuk kepentingan pribadi tanpa isi.
5	Pain	3. Saya yakin <i>website</i> yang dirancang dengan baik akan membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap <i>brand</i> dan memudahkan proses pemesanan
		4. Saya senang bisnis saya berkembang, dan ingin mempertahankan standar tinggi dalam kualitas produk.
6	Gain	1. Foto produk sering diambil tanpa izin oleh orang lain untuk kepentingan pribadi.
		2. Proses manual pencatatan memakan waktu pada saat orderan banyak.
6	Gain	1. Dengan <i>website</i> , pelanggan bisa lebih mudah melihat produk, melakukan pemesanan, dan bahkan melakukan kustomisasi produk secara langsung tanpa harus banyak bertanya.
		2. <i>Website</i> yang terlihat profesional dan aman akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap <i>brand</i> dan membangun loyalitas.
		3. Dengan <i>website</i> , bisa melindungi hak cipta atas foto produk dan menghindari pencurian konten.
		4. Sistem otomatis untuk pesanan akan mengurangi beban, menghemat waktu, dan meningkatkan efisiensi, terutama pada saat <i>event</i> besar.
		5. Dapat menjangkau pasar lebih luas, sehingga bisa meningkatkan penjualan, baik dalam maupun luar negeri.

Tabel 2 Empathy Map User

No	Aspek	Keterangan
1	Says	1. Memilih cokelat berdasarkan kebutuhan acara.
		2. Karakter cokelat yang lucu-lucu menarik perhatian.
		3. Saya suka cokelat yang bisa di <i>custom</i> untuk acara spesial
		4. Cokelat Cantique tidak terlalu manis dan sesuai dengan selera.
		5. Menghemat waktu dengan memesan <i>online</i>
2	Thinks	1. Ingin cokelat yang rasanya enak, harganya terjangkau, dan tampilannya sesuai dengan karakter yang diinginkan.
		2. Berharap lebih banyak pilihan karakter yang variatif.
		3. Ingin kualitas cokelat yang konsisten.
		4. Menginginkan kemudahan dalam memilih karakter dan jenis cokelat yang sesuai dengan kebutuhan.
3	Does	1. Memesan secara <i>online</i> karena lebih praktis, meskipun ada yang lebih suka datang langsung untuk memilih karakter.
		2. Membandingkan karakter, warna, dan kerapian cetakan saat memilih cokelat.
		3. Saya biasanya melihat ulasan dan perbandingan produk sebelum memutuskan.
		4. Menghemat waktu dengan membeli cokelat yang bisa langsung di <i>custom</i> .
4	Feels	1. Merasa puas dengan tampilan karakter yang lucu dan sesuai dengan harapan.
		2. Saya senang dengan proses pembelian cepat dan praktis, serta bisa di <i>custom</i> .
		3. Ada kepuasan tambahan ketika rasa cokelat tidak terlalu manis dan kualitasnya konsisten.
		4. Saya merasa bangga saat memberi cokelat dari Cokelat Cantique sebagai hadiah
5	Pain	1. Bingung memilih karakter cokelat yang sesuai dengan orang lain atau acara tertentu.

No	Aspek	Keterangan
6	Gain	2. Tantangan dalam menemukan produk yang sesuai dengan promosi di media sosial.
		3. Saya pernah salah memilih karakter karena banyaknya pilihan
		4. Hambatan dalam memilih karakter yang beragam dan banyak pilihan, sulit menentukan mana yang tepat.
		1. Menghemat waktu dan tenaga dengan berbelanja <i>online</i>
		2. Cokelat yang sesuai dengan keinginan dan karakter yang diinginkan.
		3. Saya mendapatkan kualitas cokelat yang baik, rasa enak, dan tampilan karakter yang menarik
		4. Harga yang terjangkau.

Selanjutnya, dibuat *user persona* berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada fase sebelumnya. Gambar 2 menampilkan *user persona* pemilik usaha. Pemilik usaha memiliki *pain point* yaitu proses kustomisasi yang kompleks dan memakan waktu lama jika dilakukan secara manual serta pengelolaan pesanan manual yang sering kali berpotensi menimbulkan kesalahan, terutama saat banyak orderan. Sementara itu, Gambar 2 juga menampilkan salah satu *user persona user* dari lima *user* yang menjadi responden pada tahap *research*. *User* memiliki *pain points* yaitu kesulitan mencari karakter cokelat yang sesuai dengan kebutuhan, kebingungan dalam memilih rasa cokelat yang sesuai dengan preferensi penerima, serta keterbatasan pilihan karakter dan desain yang terkadang tidak sesuai dengan harapan.



Gambar 2. *User Persona* Pemilik Usaha dan *User*

Goal-Directed Design: Requirements Definition

Pada fase ini, kebutuhan pemilik dan *user* didefinisikan. Hasil wawancara dan persona yang telah dibuat pada tahap sebelumnya, dihasilkan kebutuhan pengguna untuk pemilik usaha, yaitu membutuhkan fitur login, pengelolaan produk manajemen pesanan, pembaharuan produk, informasi produk, kontak masuk, integrasi dengan sosial media, dan perlindungan foto. Sementara itu, *user* membutuhkan fitur login atau registrasi akun, mengelola profil, pencarian produk, informasi produk, kustomisasi produk, pemesanan, pengiriman, pesan, histori pesanan, dan testimoni *user*.

Selanjutnya, *User journey* dibuat berdasarkan *user persona* untuk menunjukkan langkah-langkah yang harus diambil *user* saat menggunakan website. Hasil *user journey* yang telah dibuat ditunjukkan pada Tabel 3.

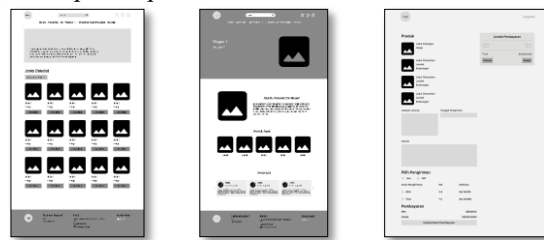
Tabel 3 *User Journey*

	Mencari Web	Melengkapi Profil	Pencarian Produk	Memilih Produk	Pembelian & Pengiriman
<i>Action</i>	1. Mencari <i>website</i> Cokelat Cantique di Google atau media sosial. 2. Klik link menuju <i>website</i>	1. Buat akun atau login ke akun yang sudah ada. 2. Melengkapi informasi profil.	1. Buka halaman produk atau kustomisasi 2. Mencari dengan <i>search bar</i>	1. Melihat berbagai produk cokelat. 2. Memilih jenis cokelat dan karakter. 3. Melakukan kustomisasi produk.	1. Mengisi data yang dibutuhkan untuk pemesanan dan pengiriman

	Mencari Web	Melengkapi Profil	Pencarian Produk	Memilih Produk	Pembelian & Pengiriman
Goals	Menemukan <i>website</i> Cokelat Cantique untuk mulai berbelanja.	Dapat mengakses fitur <i>website</i> dengan lengkap.	Menemukan produk yang sesuai untuk hadiah.	Pilih cokelat yang sesuai kebutuhan.	Selesaikan pembelian dengan cepat dan mudah.
Feelings	Tertarik	Agak repot	Antusias	Bingung	Senang
Opportunities	Membuat <i>website</i> mudah diakses	Pengisian data profil yang mudah.	Opsi pencarian yang beragam	Menyajikan informasi produk yang jelas dan fitur kustomisasi yang mudah diakses.	1.Menyediakan pilihan jasa pengiriman yang beragam. 2.Menyediakan berbagai metode pembayaran
Pain Points	Sulit menemukan <i>website</i> .	Mengisi form data profil yang rumit.	Kesulitan mencari karakter yang cocok dengan tema.	Bingung memilih di antara banyaknya pilihan karakter.	1.Kemungkinan kesalahan saat mengisi data pemesanan. 2.Pengiriman yang terlambat.

Goal-Directed Design: Framework Definition

Pada fase ini, peneliti merancang *wireframe* yang mencakup semua halaman pada *website*. Hasil beberapa *wireframe* yang telah dibuat, ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 3. Wireframe Website Cokelat Cantique

Goal-Directed Design: Refinement

Selanjutnya pada fase *refinement* berfokus pada pengembangan dari sisi visual. Pada tahap ini akan dibuat *design guideline* dan *high fidelity*. *Design guideline* dibuat sebagai panduan agar tampilan *website* konsisten dan menarik secara visual. Gambar 4 merupakan *design guideline* dari *website* Cokelat Cantique:



Gambar 4. Design Guideline Website Cokelat Cantique

Selanjutnya dilakukan perancangan *high-fidelity*. *High-Fidelity* dibuat untuk merepresentasikan antarmuka yang sebenarnya dengan mengimplementasikan elemen-elemen dari *design guideline*. Gambar 8 menunjukkan beberapa contoh *high fidelity* yang telah dibuat, yang mana setiap halaman menggunakan jenis huruf yang konsisten, yaitu *Playfair Display* untuk *headline* dan *Montserrat* untuk *body text*. *High-Fidelity* juga telah mengimplementasikan warna utama dari *website* Cokelat Cantique yaitu #D2B4BC, yang diterapkan pada *background color* untuk *hero section* pada halaman beranda dan *footer* di setiap halaman, warna untuk *headline text*, serta *background color* untuk *button* untuk menciptakan kesan yang elegan. Selain itu, formulir dirancang sesuai dengan *design guideline*, yang mana setiap *field* dilengkapi dengan *placeholder* untuk meningkatkan kemudahan pengguna.

Gambar 5. *High-Fidelity Website Cokelat Cantique***Implementasi Kode Program**

Pada tahap implementasi ini, website dibuat berdasarkan high fidelity yang sebelumnya telah dirancang. Hasil implementasi kode program pada *website Cokelat Cantique* ditampilkan pada Gambar 6.

```

1 public function storeJenisCokelatSelection(Request $request)
2 {
3     $jenisCokelatId = $request->input('jenis_cokelat_id');
4
5     $jenisCokelat = JenisCokelat::find($jenisCokelatId);
6
7     if ($jenisCokelat) {
8         session()->put('total_karakter', $jenisCokelat->jumlah_karakter);
9         session()->put('selected_jenis', $jenisCokelatId);
10    }
11
12    session()->forget('selected_karakter');
13
14    return redirect()->route('user.pilih_karakter');
15 }

```

Gambar 6 Implementasi Kode Program

Goal-Directed Design: Development Support

Langkah yang terakhir adalah fase *development support*. Pada fase ini, peneliti menguji kelayakan *website Cokelat Cantique* melalui validasi ahli dan evaluasi *user*. Hasil validasi ahli UX ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Validasi Ahli UX

No	Elemen	Pertanyaan	Pendapat
1	<i>Useful</i>	Apakah fitur dan informasi yang disediakan oleh <i>website Cokelat Cantique</i> memenuhi kebutuhan utama pengguna?	Fitur dan informasi cukup <i>useful</i> , memungkinkan pemesanan kustomisasi <i>online</i> , serta memberikan detail yang relevan.
2	<i>Usable</i>	Sejauh mana antarmuka <i>website Cokelat Cantique</i> memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan tugas-tugas utama tanpa mengalami kebingungan atau frustrasi?"	Antarmuka sudah mudah digunakan bagi pengguna yang sudah berpengalaman, namun perlu perbaikan lebih lanjut, seperti membuat tombol lebih interaktif dan menambahkan progress tracker yang mendetail.
3	<i>Desirable</i>	Apakah desain visual <i>website</i> menarik dan meningkatkan pengalaman pengguna?	Desain visual sudah menarik, konsisten, dan <i>eye catching</i> , serta memberikan pengalaman pengguna yang baik.
4	<i>Findable</i>	Apakah informasi dan fitur mudah ditemukan melalui navigasi dan pencarian?	Navigasi dan pencarian cukup membantu, sehingga memudahkan pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan.
5	<i>Credible</i>	Apakah elemen desain dan konten menciptakan kesan profesional dan terpercaya?	Kredibilitas terbangun melalui foto produk asli dan testimoni pelanggan yang meningkatkan kepercayaan.
6	<i>Accessible</i>	Bagaimana <i>website</i> cokelat karakter mendukung aksesibilitas, seperti kontras warna yang memadai, dan navigasi yang mudah digunakan?	Aksesibilitas visual sudah cukup baik, kontras, perpaduan <i>color palette</i> , dan ukuran <i>font</i> memiliki tingkat <i>readability</i> yang baik.
7	<i>Valuable</i>	Sejauh mana <i>website Cokelat Cantique</i> memberikan nilai tambah bagi pengguna dan bisnis?	<i>Website Cokelat Cantique</i> merupakan sebuah inovasi yang cukup baik, meskipun <i>usability</i> perlu ditingkatkan memberikan <i>value</i> yang signifikan pada bisnis.

Setelah melakukan validasi ahli UX, dilakukan perbaikan pada beberapa komponen di *website* Cokelat Cantique. Tabel 5 menunjukkan perbaikan *website* Cokelat Cantique berdasarkan saran dan masukan ahli UX:

Tabel 5 Perbaikan *Website* Cokelat Cantique

No	Komponen	Sebelum Perbaikan	Sesudah Perbaikan
1	Mengubah warna <i>button</i> ketika <i>user</i> melakukan <i>hover</i> dan klik pada <i>button</i>		
2	Menambahkan <i>progress tracker</i> pada halaman pilih karakter dan halaman pemesanan		
3	Mengubah angka pada <i>progress bar</i> menjadi 0/banyaknya karakter yang dibutuhkan		
4	Mengubah <i>button</i> pada halaman pemesanan menjadi <i>disable</i> jika <i>user</i> belum memasukkan data yang diperlukan		

Selanjutnya, dilakukannya evaluasi *website* Cokelat Cantique oleh 30 responden. Responden diminta untuk mencoba *website* Cokelat Cantique dan mengisi kuesioner yang terdiri 26 pertanyaan UEQ. Dari 30 responden yang mengisi kuesioner, hanya 28 responden yang dapat digunakan dalam analisis karena terdapat 2 responden dengan jawaban yang tidak konsisten. Hasil UEQ ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil Benchmark UEQ

Scale	Mean	Comparison to benchmark
<i>Attractiveness</i>	2,25	Excellent
<i>Perspicuity</i>	2,10	Excellent
<i>Efficiency</i>	2,17	Excellent
<i>Dependability</i>	2,22	Excellent
<i>Stimulation</i>	2,08	Excellent
<i>Novelty</i>	1,68	Excellent

Berdasarkan hasil UEQ, seluruh enam skala UEQ mendapatkan nilai mean > 0.8 , yang menunjukkan hasil positif. Selain itu, hasil *benchmark* UEQ juga menunjukkan bahwa enam skala mendapatkan nilai *excellent* atau sangat baik, dengan setiap skala berada dalam 10% teratas produk yang memiliki nilai tinggi. Selanjutnya dilakukan evaluasi menggunakan SUS untuk mengevaluasi seberapa mudah dan nyaman pengguna dalam berinteraksi dengan *website* Cokelat Cantique. Hasil perhitungan SUS ditunjukkan pada Tabel 7.

Tabel 7 Hasil Perhitungan SUS

Responden	Skor Hasil Hitung										Jumlah	Nilai (Jumlah x 2.5)
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
R1	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	35	88
R2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	1	34	85
R3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	1	34	85
R4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38	95
R5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
R6	2	3	3	3	4	1	1	2	1	0	20	50
R7	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	34	85
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
R25	4	4	4	1	4	4	4	4	4	0	33	83
R26	4	4	4	2	4	3	3	3	2	1	30	75
R27	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	33	83
R28	3	2	3	3	3	2	3	2	3	1	25	63
R29	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	35	88
R30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	98
Skor Rata-rata (Hasil Akhir)												81

Berdasarkan hasil perhitungan SUS, diperoleh skor rata-rata akhir adalah 81, dimana nilai tersebut termasuk ke dalam kategori “Excellent” dan “Acceptable”.

PEMBAHASAN

Penelitian ini diawali dengan melakukan *research* dengan mewawancarai pemilik usaha dan pelanggan Cokelat Cantique. Pertanyaan-pertanyaan wawancara didasarkan pada model Value Proposition Canvas (VPC), menurut Osterwalder dalam (Azhar & Evanthi, 2022) VPC digunakan untuk memahami *customer jobs, pains, gains, products and services, pain relievers, gain creators*. Selain wawancara, pada tahap ini juga dilakukan observasi di tempat produk Cokelat Cantique dan media sosial yang digunakan (@cokelat_cantique). Hasil wawancara kemudian dibuat *modelling* dalam bentuk *empathy map* dan *user persona*. *Empathy map* dibuat untuk menggambarkan “Says”, “Thinks”, “Does”, “Feels”, “Pain”, dan “Gain” dari pemilik usaha dan pengguna. Selain itu, *persona* dibuat berdasarkan riset pengguna dan mencakup kebutuhan, tujuan, serta pola perilaku yang ditemukan (Veal, 2023).

Setelah itu, pada fase *requirements definition* untuk mengidentifikasi kebutuhan apa saja yang perlu diimplementasikan pada *website* sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memberikan nilai tambah dalam penggunaan produk atau layanan tersebut. Hasil tahap ini, kemudian dibuat ke dalam *wireframe* dalam tahap *framework definition*. Setiap *wireframe* dirancang dengan elemen visual seperti gambar, deskripsi singkat, *button*, dan formulir yang dirancang untuk mendukung pengalaman pengguna dalam menggunakan *website* secara efektif. Selanjutnya pada tahap *refinement*, dibuat *design guideline* dan *high-fidelity*. Lalu, rancangan desain (*high-fidelity*) diubah menjadi kode program menggunakan *framework* Laravel dan bahasa pemrograman PHP untuk membangun *backend website* Cokelat Cantique. Database dibuat menggunakan MySQL untuk menyimpan data yang diperlukan pada *website*, seperti data produk, data pengguna, dan data pemesanan. Untuk tampilan antarmuka, peneliti menerapkan *framework* CSS Bootstrap 5.

Tahap terakhir yaitu *development support* dilakukan evaluasi terhadap desain yang telah dibuat. Evaluasi dilakukan untuk mengukur seberapa baik desain dan fungsional dari *website* Cokelat Cantique dalam memenuhi kebutuhan pemilik usaha dan *user*. Evaluasi akan dilakukan dengan menggunakan UEQ dan SUS, dan validasi ahli UX. Pada validasi ahli UX, teori UX *Honeycomb* akan digunakan sebagai panduan untuk menilai setiap elemen UX. Menurut Petter Morville dalam (Syahidi & Tolle, 2021), teori UX *Honeycomb* mencakup tujuh elemen, yaitu *useful, usable, desirable, findable, credible, accessible, dan valuable*. Hasil validasi ahli UX secara keseluruhan menunjukkan bahwa *website* Cokelat Cantique sudah baik dalam hal desain dan fungsionalitas meskipun terdapat beberapa bagian yang harus diperbaiki. Dengan melakukan perbaikan yang diperlukan, *website* Cokelat Cantique dapat lebih optimal dalam memberikan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan.

Hasil UEQ menunjukkan keenam skala UEQ, yaitu *attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, dan novelty* memperoleh nilai rata-rata diatas 0,8, yang menandakan bahwa pengguna merasa bahwa pengalaman pengguna pada *website* Cokelat Cantique sudah sangat positif. Skala *novelty* memperoleh nilai terendah sebesar 1,68, menandakan perlunya inovasi lebih lanjut untuk meningkatkan kesan unik dari *website*. Meskipun demikian, nilai *benchmark* UEQ menunjukkan bahwa semua skala berada dalam kategori *excellent*, menjadikan *website* Cokelat Cantique sebagai salah satu produk dengan performa UX terbaik. Hal ini menunjukkan bahwa metode *Goal-Directed Design* efektif dalam menciptakan desain yang memenuhi kebutuhan pengguna secara menyeluruh.

Evaluasi menggunakan SUS memberikan skor rata-rata 81, yang termasuk dalam kategori *excellent* dan *acceptable*. Hal ini mengindikasikan bahwa *website* sudah memenuhi standar kemudahan penggunaan dan kenyamanan bagi pengguna. Meskipun Q10 mendapatkan skor rata-rata terendah sebesar 2,3, yang mana beberapa pengguna perlu membiasakan diri dengan navigasi atau fitur pada *website* Cokelat Cantique.

Kombinasi hasil UEQ dan SUS menunjukkan bahwa *website* Cokelat Cantique berhasil menghadirkan pengalaman pengguna yang baik. Dengan desain antarmuka yang menarik, efisien, dan mudah digunakan, *website* ini sudah dapat memenuhi kebutuhan utama pengguna. Namun, masih ada terdapat ruang untuk perbaikan pada aspek *novelty*.

Metode *Goal-Directed Design* terbukti efektif, sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kulsum et al.,(2023), yang menunjukkan kemampuan metode ini untuk menciptakan *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa metode ini dapat mendukung pengembangan *website* yang berfokus pada peningkatan pengalaman pengguna dan penguatan citra merek.

KESIMPULAN

Pada penelitian yang dilakukan, pengembangan *website* dilakukan melalui beberapa fase dalam metode *goal-directed design*, yaitu *research, modelling, requirements definition, framework definition, refinement, dan development support*. Dengan mengikuti keenam fase tersebut, pengembangan *website* Cokelat Cantique berhasil menghasilkan antarmuka yang fungsional, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan *user* dan pemilik usaha. Capaian ini selaras dengan temuan yang disampaikan oleh Putra & Sutabri (2024), bahwa keberhasilan dalam

pengembangan *website* memerlukan pendekatan yang sistematis dan terperinci dalam memahami kebutuhan pengguna dan menerapkan desain antarmuka pengguna yang tepat. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap perilaku dan kebutuhan pengguna sangat penting dalam setiap proses desain. Hasil pengujian UEQ menunjukkan bahwa keenam aspek UEQ, yaitu *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty* memperoleh skor rata-rata >0,8. Kemudian, hasil pengujian SUS mendapat skor rata-rata 81, yang termasuk dalam kategori “*Excellent*” dan “*Acceptable*”. Hasil ini menunjukkan bahwa metode *Goal-Directed Design* efektif dalam menghasilkan *website* yang sesuai dengan kebutuhan *user* dan pemilik usaha, dengan antarmuka yang fungsional. Namun, meskipun hasil pengujian menunjukkan hasil yang positif, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi perbaikan ke depannya. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran untuk penelitian ke depannya. (1) Dalam penelitian ini, aspek *novelty* memiliki skor rata-rata terendah jika dibandingkan dengan aspek lainnya, menunjukkan bahwa inovasi pada *website* ini masih kurang menonjol. Oleh karena itu, diperlukannya penambahan elemen inovatif lainnya sehingga dapat membuat pengalaman pengguna menjadi lebih menarik. Selain itu, pada hasil pengujian metode SUS, pertanyaan Q10 memiliki rata-rata skor lebih rendah dibandingkan dengan pernyataan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pengguna masih perlu membiasakan diri dengan antarmuka *website*. Disarankan penelitian selanjutnya dapat menyelidiki faktor-faktor yang menyebabkan rendah atau tingginya skor dari pada setiap aspek. (2) Melakukan pengujian UX secara berkala dan melibatkan ahli UX untuk mendapatkan umpan balik tentang desain dan pengalaman pengguna, serta untuk memastikan bahwa *website* tetap relevan dengan perkembangan tren dan kebutuhan pengguna. (3) Meskipun hasil pengujian menunjukkan hasil yang bagus, namun penelitian ini masih memberikan peluang untuk pengembangan lebih lanjut, seperti melakukan *research* dan uji coba dengan melibatkan lebih banyak pengguna dari berbagai latar belakang dalam proses penelitian dan pengujian dapat memberikan perspektif yang lebih beragam, sehingga pengembangan *website* Cokelat Cantique dapat lebih optimal dan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan dan lebih mewakili keinginan banyak pengguna. (4) Refleksi dari penelitian ini adalah UX sebagai elemen kunci yang harus diperhatikan oleh sebuah usaha. UX yang positif tidak hanya mendukung keberhasilan produk atau layanan, tetapi juga menjadi daya saing utama di era digital. Misalnya, pembuatan konten pemasaran digital yang mengintegrasikan elemen seperti *storytelling* yang relevan, desain visual yang menarik, *call-to-action* (CTA), dan konten yang relevan dapat meningkatkan *user experience* secara signifikan (Almaghlouth & Almeshal, 2024). Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Karampournioti & Wiedmann (2022), yang menunjukkan bahwa *storytelling* berhasil meningkatkan kinerja *website*, baik dari segi UX *hedonic* maupun UX *pragmatic*, serta daya tarik keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi sebuah usaha untuk memperhatikan *user experience* yang menyenangkan seperti contoh di atas, guna membangun loyalitas pengguna dan meningkatkan keterlibatan pengguna.

REFERENSI

- Alinda, D., Nurfazri, R., Fadillah, Y. T., & Rakhelia, S. (2024). Strategi manajemen pemasaran di era digital. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 1147–1153. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/40479>
- Almaghlouth, A., & Almeshal, S. (2024). Role of digital marketing content strategy on user experience toward cultural venues in Saudi Arabia. *International Journal of Business, Marketing and Communication*, 4(37), 25–35.
- Azhar, R. M., & Evanthy, A. (2022). Implementation of value proposition design in Indonesian tourism industry. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 5(05), 1346–1352. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i5-14>
- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). *About face: The essentials of interaction design*. John Wiley & Sons.
- Ismail, A. A., & Faizah, S. (2024). Sistem informasi penjualan coklat dan aneka kue berbasis web pada toko coklat kiluan, Tambun Selatan. *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 8(2), 109–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i2>
- Kaplan, K. (2020, February 3). *Why every business needs a website*. Forbes. <https://www.forbes.com/councils/theyec/2020/02/03/why-every-business-needs-a-website/>
- Karampournioti, E., & Wiedmann, K.-P. (2022). Storytelling in online shops: The impacts on explicit and implicit user experience, brand perceptions and behavioral intention. *Internet Research*, 32(7), 228–259.
- Khirdany, E. N., & Anas, Z. (2024). Efektivitas penggunaan website di desa sebagai layanan informasi untuk masyarakat. *Journal Of Economic And Business*, 1(1), 1–11.
- Kulsum, T. U., Al Anshary, F. M., & Fauzi, R. (2023). Perancangan desain antarmuka pengguna pada aplikasi helpmeong bagi adopter menggunakan metode goal-directed design. *JIPi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(1), 27–39.
- Putra, D. M., & Sutabri, T. (2024). Analisis kebutuhan pengguna dan desain antarmuka pengguna pada sistem informasi perpustakaan berbasis web. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 2(5), 98–102.

- Rahmadiansyah, R., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2020). Evaluasi user experience pada aplikasi programming hub menggunakan indikator ux honeycomb. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(7), 2186–2194.
- Safitri, P. N., Wati, H., Hasibuan, L. F. A., Sihotang, I. C., & Saputra, H. (2024). Strategi pemasaran melalui penerapan digital marketing pada umkm syaqila flower. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 125–131.
- Sanjiwani, K. F., Sudana, A. A. K. O., & Dharmadi, I. P. A. (2020). Pengembangan ui dan ux SIMRS pada bagian front office. *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Komputer*, 1(2), 175–186.
- Schrepp, M. (2023). *User experience questionnaire handbook*. 50–52. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2815.0245>
- Sharfina, Z., & Santoso, H. B. (2016). An Indonesian adaptation of the system usability scale (SUS). *2016 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)*, 145–148. <https://doi.org/10.1109/ICACSIS.2016.7872776>
- Siregar, H., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Manajemen strategi di masa pandemi covid-19. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 40–58.
- Susila, A. A. N. H., & Arsa, D. M. S. (2023). Analisis system usability scale (SUS) dan perancangan sistem self service pemesanan menu di restoran berbasis web. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 21(1), 3–8.
- Syahidi, A. A., & Tolle, H. (2021). Evaluation of User Experience in Translator Applications (Banjar-Indonesian and Indonesian-Banjar) Based on Mobile Augmented Reality Technology using the UX Honeycomb Method. *Journal of Games, Game Art, and Gamification*, 6(1), 7–13.
- Veal, R. (2023). *How to define a user persona*. <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/how-to-define-a-user-persona/#1-what-is-a-user-persona>
- Wicaksono, P., Rokhmawati, R. I., & Rachmadi, A. (2020). Evaluasi dan desain perbaikan antarmuka pengguna pada situs web Funtech Plaza menggunakan metode goal-directed design (GDD). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(3), 883–890.
- Yohanes, O. D., Ambarwati, A., & Darujati, C. (2021). Pengembangan antarmuka dan pengalaman pengguna aplikasi ujian online menggunakan metode goal-directed design. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 6(1), 55–62. <https://doi.org/10.31328/jointecs.v6i1.2153>