

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital, teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia hingga saat ini berkembang semakin pesat dan telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai macam aspek kehidupan termasuk dalam sektor perdagangan. Digitalisasi perdagangan membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform *online*. Salah satu inovasi yang muncul dan berkembang pesat di Indonesia adalah marketplace, yaitu sebuah platform digital yang digunakan untuk bertransaksi secara virtual antara penjual (*seller*) dan pembeli (*buyer*). Kusumaningsih et al. (2021), menyatakan bahwa marketplace adalah suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli melakukan proses transaksi produk secara *online*. Salah satu marketplace mobile yang banyak digunakan di Indonesia adalah Lazada.

Lazada merupakan salah satu platform marketplace di Indonesia yang berkembang pesat hingga saat ini (Lubis et al. 2023). Lazada didirikan oleh CEO Rocket Internet bernama Oliver Samwer yang pertama kali diluncurkan pada 27 Maret 2012 di beberapa negara seperti Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand dan Vietnam, dengan total pengguna dari keseluruhan enam negara tersebut sebanyak 550 juta pengguna (Ulya, 2025). Pada tahun 2014, Alibaba Group mengakuisisi Lazada sehingga mempercepat pertumbuhannya di Asia

tenggara dan meningkatkan valuasi Lazada mencapai \$1,5M. Lazada menawarkan berbagai macam jenis produk kebutuhan mulai dari kecantikan, furniture & organisasi, sepatu dan pakaian wanita, binatu & peralatan kebersihan, makanan, minuman & sembako, peralatan besar, bekalan kelengkapan rumah, peralatan kecil, aksesoris fashion, alat tulis, alat dapur, mainan anak, sepatu dan pakaian pria, pakaian & sepatu olahraga, perlengkapan tidur & mandi, sepatu dan pakaian anak, alat & perbaikan rumah, audio, bayi & balita, kesehatan. Lazada termasuk dalam kategori aplikasi mobile perdagangan atau belanja *online* yang dapat diunduh melalui Play Store pada Android dan App Store pada iOS.

Dikutip dari Databoks by KataData, data dari SimilarWeb (2023), tiga marketplace yang memiliki pengunjung paling banyak di Indonesia selama tahun 2023 adalah Shopee mencapai 2,35 miliar kunjungan, Tokopedia mencapai 1,25 miliar kunjungan, dan Lazada mencapai 762,4 juta kunjungan. Dibandingkan dengan kompetitornya yaitu Shopee dan Tokopedia, marketplace Lazada mengalami penurunan kunjungan pengguna sebesar 15,5% kuartal, sedangkan kunjungan pengguna marketplace Shopee meningkat sebesar 11,5% kuartal, dan Tokopedia mengalami penurunan sebesar 0,1% kuartal. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kunjungan pengguna pada marketplace Lazada mendapat paling sedikit kunjungan pengguna dan mengalami penurunan kunjungan yang signifikan. Sementara itu, dikutip dari data *traffic* SimilarWeb, selama 3 bulan September 2024 hingga November 2024, *traffic* pengguna aplikasi marketplace mobile Lazada

di Indonesia hanya memperoleh 8,99% sedangkan aplikasi marketplace mobile Shopee memperoleh 38,39% dan Tokopedia memperoleh 16,50%.

Jika dilihat dari sisi kompetitor seperti Shopee dan Tokopedia, *User Interface (UI)* pada marketplace mobile Lazada dianggap kurang intuitif oleh pengguna. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakti et al. (2022), menemukan setidaknya 12 permasalahan pada halaman beranda, seperti navigasi yang membingungkan, pop-up yang mengganggu, serta harga produk yang tidak konsisten. Penelitian lain oleh Ariska dan Nurlela (2022), juga menegaskan adanya keluhan pengguna terhadap tampilan UI halaman campaign yang membingungkan, tata letak tidak rapi, serta terlalu banyak elemen yang mengganggu kenyamanan. Sementara itu, Hilmi (2024) mengungkapkan bahwa permasalahan lain yang dihadapi pengguna Lazada adalah navigasi antarmuka yang rumit, proses checkout yang panjang, serta pencarian produk yang tidak efisien. Menurut Anggara et al. (2021), sebuah *User Interface (UI)* yang baik jika dapat memberikan interaksi yang mudah dioperasikan oleh pengguna atau dapat dikatakan *user friendly*. Elemen *User Interface (UI)* yang buruk dapat menyebabkan pengguna kebingungan dan frustrasi yang pada akhirnya akan berdampak pada penurunan kepuasan dan loyalitas pengguna.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dibandingkan dengan kompetitornya serta berdasarkan penelitian sebelumnya, aplikasi marketplace mobile Lazada masih memiliki sejumlah tantangan dalam desain antarmuka pengguna atau *User Interface (UI)* yang mempengaruhi

kenyamanan dan kepuasan pengalaman pengguna atau *User Experience (UX)*. Berdasarkan hasil pengamatan terhadap ulasan pengguna di Google Play Store, ditemukan bahwa banyak pengguna mengalami kendala saat mengakses aplikasi Lazada, baik dalam bentuk *error* maupun permasalahan tampilan antarmuka pengguna atau *User Interface (UI)* yang dianggap kurang intuitif. Pengguna mengeluhkan bahwa tampilan antarmuka terlihat tidak tertata rapi dan terlalu padat, sehingga menyulitkan dalam memahami isi halaman dan mengurangi kenyamanan saat digunakan.

Masalah ini mengindikasikan bahwa desain *User Interface (UI)* yang diterapkan masih belum sepenuhnya mendukung pengalaman pengguna atau *User Experience (UX)* secara optimal. *User Interface (UI)* yang tidak rapi dapat berdampak pada berkurangnya kenyamanan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan mereka. Padahal, kualitas *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keberhasilan suatu aplikasi. Menurut Deacon (2020), desain *User Interface (UI)* yang tidak efektif dapat berdampak langsung pada penurunan keterlibatan pengguna serta berkurangnya loyalitas terhadap aplikasi tersebut. Keluhan-keluhan ini menunjukkan bahwa aspek *User Experience (UX)* dalam aplikasi Lazada masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna dalam bertransaksi dengan antarmuka pengguna.

Terkait hal ini, desain antarmuka pengguna atau *User Interface (UI)* berperan sangat penting sebagai bagian visual dari suatu aplikasi yang

digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi dengan sebuah perangkat. Oleh karena itu, tujuan utama dari sebuah *User Interface (UI)* adalah membuat pengalaman pengguna atau *User Experience (UX)* menjadi lebih intuitif. *User Experience (UX)* adalah pengalaman pengguna yang didefinisikan dengan kenyamanan dan kemudahan selama pengguna berinteraksi dengan tampilan suatu produk digital, seperti website ataupun aplikasi. *User Experience (UX)* adalah semua aspek yang mencakup pengalaman pengguna saat menggunakan suatu produk, dan bagaimana rasanya saat memakai produk (Firdausi, 2021).

Guna mempermudah proses pembuatan *User Interface (UI)* dan *prototype* aplikasi mobile Lazada, dalam penelitian ini penulis menggunakan *tools* Figma. Figma adalah satu *design tool* yang biasanya digunakan untuk membuat tampilan antarmuka aplikasi mobile, desktop, website dan lain-lain, yang dikembangkan oleh Dylan Field dan Evan Wallace pada tahun 2012 (Muhiyidin et al. 2020). Figma memiliki visi untuk menciptakan alat desain yang dapat diakses langsung melalui browser tanpa batasan platform. Kemudian, setelah melalui tahap pengembangan selama beberapa tahun, Figma resmi diluncurkan pada tahun 2016 dan menjadi salah satu alat desain yang digunakan oleh para desainer profesional maupun pemula. Dengan fitur-fitur inovatif, Figma menjadi pilihan utama untuk proyek perancangan ulang *User Interface (UI)*. Figma tidak hanya mendukung pembuatan desain yang estetis tetapi juga memastikan bahwa setiap *prototype* interaktif dapat diuji dan dikembangkan secara optimal.

Penelitian ini bertujuan melakukan perancangan ulang atau *redesign* antarmuka pengguna guna memastikan bahwa aplikasi marketplace mobile Lazada menjadi lebih mudah dipahami dan memberikan kenyamanan visual serta interaksi yang lebih intuitif bagi pengguna, sehingga mendukung peningkatan kepuasan pengguna terhadap antarmuka aplikasi. Dalam konteks ini, metode *Design Thinking* menjadi metode yang relevan sebagai pendekatan berbasis pengguna untuk melakukan perancangan ulang *User Interface (UI)* pada Lazada. Metode *Design Thinking* merupakan metode yang menempatkan pemahaman terhadap kebutuhan dan masalah pengguna. Metode *Design Thinking* adalah pendekatan yang berpusat pada pengguna untuk memecahkan masalah secara kreatif dan inovatif. Pendekatan ini menekankan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, eksplorasi berbagai solusi, serta proses iteratif dalam merancang dan menguji solusi yang efektif (Herfandi et al. 2022). Metode *Design Thinking* terdiri dari lima tahapan yaitu *Empathize* (memahami kebutuhan, masalah, dan harapan pengguna melalui observasi dan wawancara), *Define* (mengidentifikasi masalah utama berdasarkan hasil penelitian pada tahap *empathize*), *Ideate* (menghasilkan ide-ide kreatif untuk menyelesaikan masalah yang telah didefinisikan), *Prototype* (membuat model rancangan dari solusi yang diusulkan), dan *Test* (menguji *prototype* kepada pengguna untuk mendapatkan *feedback*).

Penelitian ini menggunakan *System Usability Scale (SUS)* sebagai alat ukur untuk mengevaluasi keberhasilan desain ulang *prototype* yang sudah

dibuat. *System Usability Scale (SUS)* akan memberikan hasil kuantitatif yang objektif dan dapat membantu menentukan tingkat kemudahan pengguna atau *usability* setelah melakukan *redesign* antarmuka pengguna yang berbentuk *prototype*. Dalam ISO (*International Standard Organization*) yaitu ISO 9421-11 (1998) definisi *usability* merujuk pada tingkat kenyamanan dan kemudahan pengguna dalam memahami dan menggunakan tampilan antarmuka. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi nyata dalam menghasilkan rancangan antarmuka pengguna yang lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga dapat mendukung peningkatan kualitas tampilan dan pengalaman penggunaan aplikasi marketplace mobile Lazada. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka penulis mengambil judul penelitian skripsi dengan judul “**REDESIGN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING DAN ANALISIS SYSTEM USABILITY SCALE PADA MARKETPLACE LAZADA**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana mengevaluasi aplikasi mobile Lazada menggunakan metode *Design Thinking* dalam perancangan ulang *User Interface (UI)* agar lebih intuitif dan *user friendly*?
2. Bagaimana hasil akhir *redesign User Interface (UI)* berupa *prototype* dengan menggunakan *tools* Figma dalam meningkatkan pengalaman pengguna aplikasi mobile Lazada?
3. Bagaimana mengukur kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi Lazada berdasarkan evaluasi menggunakan *System Usability Scale (SUS)*?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian dilakukan agar fokus penelitian tetap berada pada inti permasalahan yang ditentukan, sehingga penelitian dapat diarahkan sesuai dengan batasan-batasan yang ditetapkan. Peneliti menetapkan batasan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada *redesign User Interface (UI)* pada permasalahan tampilan antarmuka yang ditemukan pada aplikasi mobile Lazada tanpa mencakup semua tampilan secara keseluruhan.
2. Proses *redesign* dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* dengan evaluasi keberhasilan menggunakan *System Usability Scale (SUS)* untuk mengukur tingkat kemudahan pengguna atau *usability* dari desain *prototype* yang dihasilkan.

3. Hasil akhir dari penelitian ini adalah desain *prototype* yang dirancang menggunakan *tools* Figma, tanpa mengaplikasikan kode ataupun sistem.
4. Pengumpulan data untuk pengujian *prototype* hanya akan melibatkan kelompok sampel terbatas, yaitu pada pengguna aplikasi mobile Lazada yang melakukan transaksi di Lazada dalam kurun waktu enam bulan terakhir.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi permasalahan pada desain antarmuka pengguna yang dialami oleh pengguna aplikasi mobile Lazada, menggunakan metode *Design Thinking*.
2. Melakukan *redesign* antarmuka pengguna pada aplikasi mobile Lazada dengan membuat desain *prototype* baru menggunakan *tools* Figma dengan mempertimbangkan preferensi pengguna agar menghasilkan desain antarmuka pengguna yang *user friendly* dan intuitif.
3. Mengukur tingkat keberhasilan *redesign* menggunakan evaluasi *System Usability Scale (SUS)* untuk mengetahui sejauh mana desain antarmuka pengguna yang dibuat mampu memberikan kemudahan penggunaan dan memenuhi kebutuhan pengguna.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat baik secara teoritis maupun praktis, manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan kemampuan analisis dan pemecahan masalah nyata terkait desain *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* aplikasi marketplace mobile Lazada. Melalui penerapan metode *Design Thinking*, peneliti belajar memahami kebutuhan pengguna secara mendalam, sementara itu penggunaan *System Usability Scale (SUS)* membantu mengevaluasi hasil desain *prototype* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini juga meningkatkan keterampilan dalam menggunakan *tools* desain Figma, sehingga memberikan pengalaman langsung dalam mendesain solusi digital yang relevan dan aplikatif.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah dalam bidang desain *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* dengan fokus pada penerapan metode *Design Thinking* serta memberikan referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengembangkan pendekatan berbasis kreatif dalam desain digital.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengguna Lazada

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan desain antarmuka pengguna yang lebih intuitif, mudah dipahami, terhadap kebutuhan pengguna. Perbaikan yang dilakukan bertujuan untuk menyederhanakan tata letak elemen dalam aplikasi agar lebih *user friendly*. Dengan demikian, pengguna dapat merasakan kenyamanan saat berinteraksi dengan antarmuka pengguna.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagaimana metode *Design Thinking* dapat diterapkan dalam perancangan ulang *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* serta bagaimana evaluasi *System Usability Scale (SUS)* dapat digunakan untuk meningkatkan kemudahan pengguna atau *usability*. Hal ini dapat mempermudah penelitian berikutnya dalam mengadopsi atau mengembangkan pendekatan serupa.