

RESEARCH ARTICLE

Prototipe Sistem Informasi Marketing Kit Berdasarkan Tipe Kepribadian Steadiness

Mohammad Naufal Dirgawan, Faishal Mufied Al Anshary* and Ilham Perdana

Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Bandung, 40257, Jawa Barat, Indonesia

* Corresponding author: faishalmufied@telkomuniversity.ac.id

Received on 18 September 2024; accepted on 21 October 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan prototipe sistem informasi Marketing Kit berdasarkan tipe kepribadian Steadiness. Tipe kepribadian Steadiness merupakan salah satu dari empat tipe kepribadian yang dikenal dalam psikologi, yang ditandai dengan karakteristik seperti konsisten, tenang, sabar, dan cermat. Tujuan dari pengembangan sistem informasi Marketing Kit ini adalah untuk membantu divisi sales pada PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk. (Mitratel) agar dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien berdasarkan tipe kepribadian Steadiness. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan prototipe sistem informasi menggunakan metode design thinking dengan tahapan analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, dan evaluasi. Analisis kebutuhan dilakukan dengan melakukan studi literatur dan wawancara terhadap divisi sales pada PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk. (Mitratel) mengenai tipe kepribadian Steadiness dan strategi pemasaran yang sesuai dengan tipe kepribadian tersebut. Perancangan sistem dilakukan dengan merancang *User Interface* dan *User experience* menggunakan Figma. Implementasi dilakukan dengan mengembangkan UI/UX sistem informasi Marketing Kit berdasarkan tipe kepribadian *Steadiness*.

Key words: Marketing Kit, Design Thinking, Steadiness

Pendahuluan

Pada era teknologi informasi yang semakin pesat, sistem informasi menjadi semakin penting bagi keberlangsungan dan kemajuan suatu organisasi. Sistem informasi yang baik dapat membantu organisasi dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas kerja. Oleh karena itu, latar belakang skripsi sistem informasi biasanya terkait dengan kebutuhan akan sistem informasi yang lebih baik dan efektif bagi suatu organisasi. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan revolusi saat ini segala sesuatu semakin canggih dan otomatis sehingga makin kurangnya kebutuhan terhadap bantuan sumber daya manusia. Revolusi industri saat ini membuat semua menjadi efisien, efektif dan otomatis. Saat ini, perkembangan *UI/UX* sangat pesat, terutama dengan munculnya teknologi *mobile* yang semakin populer. Aplikasi *mobile* yang memiliki *UI/UX* yang baik akan lebih mudah digunakan dan memiliki tingkat pengguna yang lebih tinggi. Selain itu, adanya kemajuan dalam teknologi desain juga membuat desain *UI/UX* semakin menarik dan memuaskan pengguna. Selain itu, terdapat juga beberapa perkembangan yang terjadi dalam *UI/UX*, seperti adanya kecenderungan untuk menciptakan desain yang minimalis, sederhana, dan mudah dipahami oleh pengguna. Ada juga upaya untuk menciptakan desain yang responsif, sehingga dapat memberikan pengalaman pengguna yang

sama baik di desktop maupun di perangkat *mobile*. Secara keseluruhan, perkembangan *UI/UX* saat ini sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan perkembangan tren desain. Desain yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna akan membantu meningkatkan tingkat penggunaan dan kepuasan pengguna terhadap sebuah aplikasi atau situs web.

DISC adalah sebuah model yang digunakan untuk mengidentifikasi tipe kepribadian seseorang berdasarkan empat dimensi, yaitu: *Dominance*, *Influence*, *Steadiness*, dan *Compliance*. Setiap orang memiliki tingkat kecenderungan terhadap masing-masing dimensi ini yang mempengaruhi cara pandang, sikap, dan perilaku mereka. Model tipe kepribadian *DISC* dapat digunakan untuk memahami tipe kepribadian seseorang dan bagaimana cara terbaik untuk berinteraksi dengan mereka. Model ini juga dapat digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan seseorang dalam pekerjaan, serta membantu dalam mengembangkan karier dan mengelola tim.

PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. atau *Mitratel* merupakan salah satu anak perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk yang bergerak pada bidang penyediaan infrastruktur telekomunikasi. *Mitratel* memulai bisnis menara telekomunikasi sejak tahun 2008. *Mitratel* memiliki dua portofolio utama yaitu penyewaan menara (*Built to Suit*, *Colocation*, dan *Reseller*) dan bisnis menara terkait (*Fiber Solution*,

Power to Tower dan *Edge Infra Solution*). Lebih spesifiknya untuk portofolio *Mitratel Tower Leasing* meliputi *Macro Cell*, *Small Cell*, *Colocation*, *Reseller*, dan *Tower Solution*. Adapun spesifik dari portofolio *Mitratel Tower Related Business* meliputi *Project Solution*, *Managed Service*, *Digital Service*, *Tower Fiberization*, dan *Edge Infra Solution*. Pada divisi *Marketing & Sales Unit* saat ini sedang mengalami permasalahan yaitu proses *approaching* yang manual dan memakan waktu lama, serta perhitungan biaya sewa tower yang masih manual dan belum adanya data customer and company profile. Dengan adanya permasalahan tersebut telah dibuat *business requirement details* oleh *Mitratel* sebagai acuan dalam perancangan penelitian ini. Dengan masalah yang terjadi pada divisi *Marketing & Sales Unit*, penulis akan mengembangkan rancangan *UI/UX Website Marketing Kit* untuk tipe kepribadian *steadiness* dari 4 tipe kepribadian *D.I.S.C*. Pada tugas akhir ini akan dilakukan *D.I.S.C. Assessment* terhadap divisi sales pada PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk. (*Mitratel*). Dengan menggunakan metode survei menggunakan kuesioner yang sudah disediakan untuk mengetahui tipe kepribadian masing-masing. *Mitratel* sudah menyetujui kebutuhan pengembangan dan penelitian yang akan dilaksanakan.

Tinjauan Pustaka

Kajian teori merupakan prinsip berpikir kritis terhadap penelitian terdahulu. Pada tinjauan pustaka ini dijelaskan argumentasi penulis mengenai sejauh mana topik penelitian berhasil dikaji pada hasil-hasil penelitian terdahulu, baik dari solusi yang ditawarkan, metode yang digunakan maupun konteks yang dikaji sebagai referensi untuk melakukan perancangan prototipe pada penelitian ini.

A. User Interface

User interface (*UI*) adalah bagaimana sebuah sistem atau perangkat menyediakan akses ke fitur-fiturnya kepada pengguna. Ini termasuk bagaimana pengguna mengontrol sistem, memasukkan informasi, dan menerima hasilnya. *UI* juga mencakup segala sesuatu yang terlihat oleh pengguna, seperti layar, tombol, ikon, dan menu. Tujuan dari *UI* adalah untuk membuat interaksi antara pengguna dan sistem sebisa mungkin menyenangkan, mudah digunakan, dan efektif. User interface yang sebagian besar berfokus tentang keseimbangan struktur dan hubungan menu, konten, dan dokumen atau grafik terkait lainnya. Desain bertujuan untuk membuat hierarki menu dan halaman yang terasa alami, terstruktur dengan baik, mudah digunakan, dan jujur (Wilbert O. Galitz 2007). Oleh karena itu, perlu memahami kebutuhan dan preferensi pengguna secara detail agar dapat membangun *UI* yang sesuai dengan kebutuhan dan mudah digunakan oleh pengguna.

B. User Experience

User experience (*UX*) adalah persepsi seseorang dan respon terhadap penggunaan suatu sistem, produk, atau jasa. (Garrett, 2011) menyatakan bahwa *UX* bukan hanya tentang cara kerja suatu produk atau layanan, tetapi juga bagaimana pengalaman pengguna saat menggunakannya. *UX* meliputi kemudahan atau kesulitan dalam menggunakan produk, serta pengalaman pengguna dalam mencari dan memahami informasi yang tersedia.

User experience (*UX*) adalah bagaimana pengguna merasa saat menggunakan sistem atau perangkat. Ini termasuk faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kesesuaian dengan kebutuhan pengguna, dan kepuasan pengguna. *UX* merupakan bagian penting dari desain produk, karena ini adalah bagaimana pengguna berinteraksi dengan produk tersebut. Oleh karena itu, desain *UX* harus memperhitungkan kebutuhan dan keinginan pengguna, serta harus diuji dan dioptimalkan sebelum diluncurkan ke pasar. Ada beberapa jenis *UX*, termasuk *UX* yang terpisah dari sistem (misalnya, perangkat lunak yang dijalankan di komputer), *UX* yang terintegrasi dengan sistem (misalnya, sistem

operasi ponsel), dan *UX* yang terdapat pada perangkat fisik (misalnya, mesin cuci). Desain *UX* merupakan proses yang terus-menerus, di mana para desainer terus mengumpulkan data dari pengguna dan memperbaiki produk sesuai kebutuhan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna, dan memuaskan bagi mereka. Dalam desain *UX*, para desainer harus mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan, kepuasan pengguna, dan kesesuaian dengan tujuan pengguna. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan teknik seperti prototipe dan uji coba pengguna.

C. Tipe Kepribadian D.I.S.C

D.I.S.C adalah model kepribadian yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan gaya kepribadian individu. Metode *DISC* memberikan gambaran mengenai gaya seseorang yang dapat memprediksi kecenderungan perilakunya di masa yang akan datang (A.D. Hartanto 2019). Model ini didasarkan pada empat dimensi kepribadian utama, yaitu:

1. *D (Dominance)*: Menggambarkan seberapa agresif seseorang dalam mengambil keputusan dan mencapai tujuannya. Orang yang memiliki tingkat *Dominance* tinggi cenderung lebih suka mengambil keputusan sendiri, memimpin, dan mengambil risiko.
2. *I (Influence)*: Menggambarkan seberapa mudah seseorang terpengaruh oleh orang lain dan seberapa suka mengambil alih perhatian. Orang yang memiliki tingkat *Influence* tinggi cenderung lebih suka bekerja dalam tim, berkomunikasi dengan orang lain, dan mempengaruhi orang lain.
3. *S (Steadiness)*: Menggambarkan seberapa stabil seseorang dalam menangani tekanan dan perubahan. Orang yang memiliki tingkat *Steadiness* tinggi cenderung lebih suka bekerja dengan cara yang teratur, fokus pada detail, dan mempertahankan kestabilan.
4. *C (Conscientiousness)*: Menggambarkan seberapa hati-hati seseorang dalam mengambil keputusan dan menyelesaikan tugas. Orang yang memiliki tingkat *Conscientiousness* tinggi cenderung lebih suka memikirkan segala sesuatu dengan teliti, memperhatikan detail, dan mematuhi aturan. Setiap orang memiliki kepribadian yang unik, dengan tingkat *Dominance*, *Influence*, *Steadiness*, dan *Conscientiousness* yang berbeda-beda. Model *DISC* dapat membantu individu mengenali dan mengerti gaya kepribadian mereka sendiri dan orang lain, serta untuk memahami bagaimana cara terbaik untuk bekerja dengan orang lain.

D. Design Thinking

Design Thinking adalah suatu "proses eksplorasi dan strategi mendesain" dalam segi desain, dan sudah diakui sebagai keilmuan desain baru (Dorst, 2015). *Design Thinking* adalah metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dengan cara yang inovatif dan menyenangkan. *Design Thinking* merupakan pendekatan yang mempertimbangkan kebutuhan pengguna, teknologi yang tersedia, dan keterbatasan bisnis dalam merancang solusi. *Design Thinking* berfokus pada kebutuhan manusia dan mengacu pada masalah sebagai peluang untuk menciptakan sesuatu yang lebih baik. Langkah-langkah dasar dari metode *design thinking* adalah:

1. *Empathize*: Mencoba memahami perspektif dan kebutuhan pengguna dengan cara yang empati. Ini termasuk melakukan riset terhadap kebutuhan pengguna, mengadakan wawancara, dan mengikuti pengguna selama mereka menggunakan produk atau layanan.

2. Define: Mengidentifikasi masalah yang ingin diselesaikan dan menyusun pernyataan masalah yang jelas dan terukur. Ini merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa solusi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
3. Ideate: Mengumpulkan ide-ide dengan cara yang terbuka dan inovatif. Ini termasuk menggunakan teknik seperti brainwriting, mind mapping, atau brainstorming.
4. Prototype: Membuat prototipe dari ide-ide yang telah dikembangkan. Prototipe ini bisa berupa model fisik atau perangkat lunak sederhana yang digunakan untuk menguji ide-ide tersebut.
5. Testing: Mencoba prototipe tersebut dengan pengguna untuk mengumpulkan umpan balik dan memperbaiki prototipe sesuai kebutuhan. Ini termasuk mengadakan uji coba pengguna dan melakukan iterasi. Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, *design thinking* membantu para desainer mengembangkan solusi yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. *Design thinking* juga merupakan pendekatan yang cocok untuk menyelesaikan masalah yang kompleks dan tidak terstruktur, karena berfokus pada proses dan bukan hanya solusi akhir.

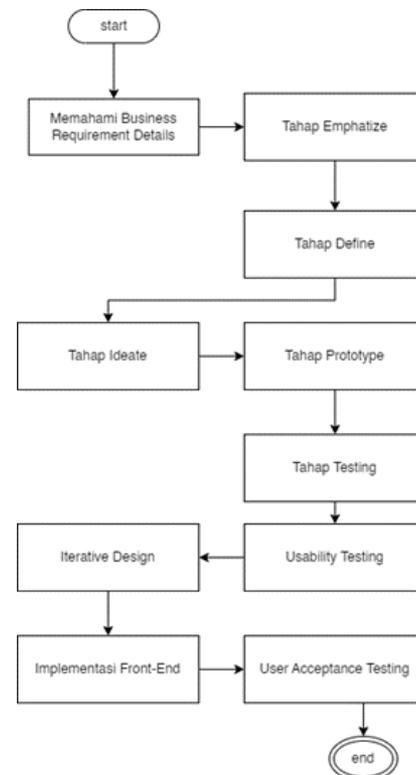
E. Gestalt Principle

Gestalt Principle yang juga dikenal sebagai teori gestalt, adalah suatu konsep psikologi yang menjelaskan kecenderungan manusia untuk mengenali dan mengelompokkan hal-hal yang memiliki kesamaan atau serupa menjadi sebuah struktur yang terlihat secara visual, berdasarkan pengalaman mereka terhadap pola dan objek. Penerapan prinsip gestalt sangat bermanfaat dalam merancang sebuah sistem. Prinsip Gestalt ini memiliki 7 prinsip dan hukum untuk penerapan dan perancangan tampilan interface, di antaranya sebagai berikut (Useresting, 2019):

1. *Figure Ground*: Prinsip ini menjelaskan manusia secara naluri dapat melihat suatu objek tersebut berada di posisi depan atau posisi belakang.
2. *Similarity*: Dengan melihat sesuatu yang serupa atau terlihat mirip maka kita dengan mudah objek tersebut terkait atau memiliki fungsi yang sama.
3. *Proximity*: Hal yang berdekatan akan terlihat lebih terkait daripada hal yang memiliki jarak berjauhan.
4. *Common region*: Seperti *proximity*, menyatakan bahwa ketika benda berada dalam satu wilayah yang tertutup yang sama kita secara naluri akan melihatnya sebagai suatu kelompok yang sama.
5. *Continuity*: Ketika suatu elemen tersusun pada suatu garis atau kurva dianggap lebih terkait daripada garis kurva.
6. *Closure*: Ketika melihat susunan elemen visual yang kompleks, kita cenderung mencari pola tunggal yang dapat dikenali.
7. *Focal point*: Apapun yang menonjol secara visual akan menangkap dan menarik perhatian terlebih dahulu.

Metodologi Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan mengacu pada sistematika penelitian yang dijelaskan secara sistematis dan terstruktur agar mempermudah penulis untuk mencapai tujuan penelitian yang diharapkan. Pada sistematika penyelesaian masalah ini berupa *D.I.S.C* assessment dan pembuatan desain sesuai hasil tipe kepribadian menggunakan tools *Figma* dan menggunakan enam tahap yaitu tahap pemahaman *business requirement details*, *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan tahap *testing*. Berikut sistematika penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini seperti pada gambar 1



Gambar 1. Sistematika Penyelesaian Masalah Bagian 1



Gambar 2. Job Board Default Old

Hasil dan Pembahasan

Memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi prosedur atau langkah-langkah penelitian, waktu penelitian, sumber data, cara perolehan data, dan menjelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian.

A. Model Konseptual

Penulis menggunakan metode *design thinking* sebagai pendekatan dan metode pengumpulan data serta informasi secara langsung yang diharapkan dapat memberikan informasi serta data yang akurat mengenai keinginan ataupun preferensi informan agar dapat menciptakan desain yang tepat dan sesuai dengan kepribadian informan. Model konseptual yang akan digunakan pada penelitian ini. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2, model konseptual *Design Thinking* akan digunakan dalam penelitian ini.

B. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis pada penelitian ini bersifat kuantitatif, di mana penulis akan mengumpulkan data yang bersifat primer atau data yang dikumpulkan langsung dari narasumber

Table 1. Business Requirement Details Menu Website Marketing Kit

No	Kebutuhan Fungsional	Deskripsi
1	Halaman Login	Beroperasi sebagai sistem autentikasi yang memungkinkan pengguna untuk memasukkan informasi identitas (seperti nama pengguna dan kata sandi) guna mengakses fitur-fitur khusus yang hanya dapat diakses oleh pengguna yang telah terverifikasi.
2	Product Catalogue (Macro Cell Production Tools Profile)	Terdapat kumpulan produk yang saat ini tersedia dan produk yang sedang dalam proses pengembangan. Ini mencakup Portofolio Bisnis Mitratel dan anak perusahaannya.
3	Business Calculator (Tower Leasing)	Ini adalah sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan estimasi perhitungan biaya sewa tower melalui sebuah formulir. Hasil estimasi tersebut akan ditampilkan dalam formulir biaya perkiraan. Selain itu, terdapat pula formulir simulasi kontrak yang memungkinkan pengguna untuk melakukan simulasi pada kontrak yang akan dilakukan. Setelah itu, terdapat sebuah status pada formulir nilai perkiraan yang akan menampilkan status dari kontrak tersebut.
4	Customer Profile (TelkomGroup)	Merupakan rangkuman informasi tentang profil tenant dan profil perusahaan dari perusahaan yang sering berkolaborasi dengan Mitratel. Lebih lanjut, pengguna juga memiliki kemampuan untuk mengunduh ringkasan detail dari profil tersebut dalam bentuk PDF.
5	Uploader	Merupakan fitur untuk melakukan unggah file dan melihat riwayat dari file yang sudah diunggah. Pada bagian riwayat, pengguna dapat melakukan aksi CRUD (Create, Read, Update, Delete) pada file yang telah diunggah.
6	FAQ	Merupakan rangkuman dari pertanyaan yang sering ditanyakan oleh customer dan jawaban atas pertanyaan tersebut.

utama. Pada penelitian ini, narasumber utama penulis adalah karyawan Mitratel pada divisi *Marketing & Sales Unit* melalui wawancara dan *D.I.S.C Assessment* untuk mengetahui tipe kepribadian pada karyawan divisi *Marketing & Sales Unit*, yang akan digunakan sebagai acuan pembuatan prototipe Website Marketing Kit sesuai dengan tipe kepribadian *Steadiness*.

C. Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang akan dilakukan oleh penulis setelah produk atau desain yang dikembangkan sudah selesai adalah presentasi langsung kepada karyawan divisi *Marketing & Sales Unit* yang memiliki tipe kepribadian *Steadiness* mengenai kecocokan terhadap prototipe yang dikembangkan melalui wawancara dan *usability testing* menggunakan tools berupa *Maze*. Jika hasil presentasi dan *usability testing* serta skor *SEQ test* menunjukkan adanya kecocokan, maka hasil penelitian dan pembuatan prototipe menunjukkan keberhasilan dalam penelitian ini. Namun, jika ada ketidakcocokan pada prototipe, maka penulis akan mengkaji ulang dan membuat ulang prototipe Website Marketing Kit agar lebih cocok dengan tipe kepribadian *Steadiness*.

TABEL 4.2

Single Ease Question (Usability Testing)

D. Research User Interview

Pada tahap user interview ini, tujuannya adalah untuk menggali informasi dari pengguna yang akan menggunakan Website Marketing Kit. User interview dilakukan untuk memahami bagaimana pengguna melakukan sebuah aktivitas atau proses bisnis yang akan dijalankan pada website. Pertanyaan wawancara telah dirangkum dalam tabel berikut ini:

E. Empathy Map

Empathy map seperti ditunjukkan pada gambar 3 adalah tools yang digunakan untuk melakukan *empathize* dalam *design thinking* untuk membantu peneliti memahami lebih dalam perspektif pengguna atau pelanggan. Empathy Map memiliki empat bagian yang merujuk pada pengguna: *says, does, thinks, dan feels*. Dengan menggunakan

Table 2. Single Ease Question (Usability Testing)

No	Pertanyaan
1	Bagaimana menurut Anda tingkat kesulitan flow pada Menu Login?
2	Bagaimana menurut Anda tingkat kesulitan flow pada Menu Product Catalogue?
3	Bagaimana menurut Anda tingkat kesulitan flow pada Menu Business Calculator?
4	Bagaimana menurut Anda tingkat kesulitan flow pada Menu Customer Company Profile?
5	Bagaimana menurut Anda tingkat kesulitan flow pada Menu Uploader?
6	Bagaimana menurut Anda tingkat kesulitan flow pada Menu FAQ?
7	Bagaimana menurut Anda tingkat kesulitan flow pada Menu Production Tools Profile?
8	Bagaimana menurut Anda tingkat kesulitan flow melakukan logout?

Empathy Map, peneliti dapat mengumpulkan informasi pengguna atau pelanggan dengan lebih sistematis dan terstruktur. Hal ini dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan masalah pengguna atau pelanggan dengan lebih baik dan akurat. Dengan demikian, solusi yang dihasilkan dapat lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna atau pelanggan.

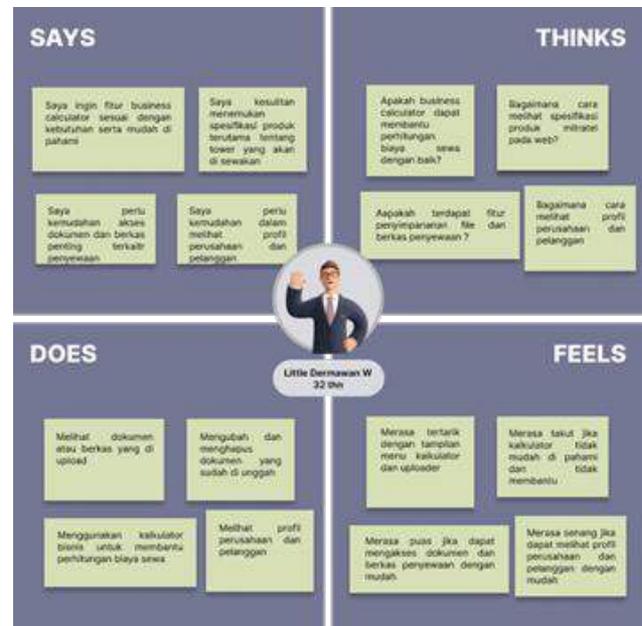
Untuk menyusun informasi yang diperoleh dari pengguna, peneliti mengelompokkan ulang data berdasarkan *Pain* dan *Expectation* yang didapatkan dari pengguna. Lalu, hasil pengelompokan dibuat dalam bentuk tabel. Berikut adalah tabel 4 rangkuman dari hasil pengelompokan *Pain* dan *Expectation* dari pengguna.

Table 3. Tujuan dan Pertanyaan Wawancara

No	Tujuan Wawancara	Pertanyaan Wawancara
1	Mengetahui proses bisnis eksisting	Bagaimana pendapat Anda tentang Website penyewaan tower di Mitratel sebelum adanya Website Marketing Kit? Apakah ada fitur tertentu yang membuat Anda tertarik untuk mencoba dalam membantu menjalankan proses bisnis?
2	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan dan seberapa efektif Menu Customer Company Profile	Bagaimana pendapat Anda tentang kekurangan Menu Customer Company Profile untuk menampilkan semua profil customer dan profil perusahaan dari tenant?
3	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan Uploader	Apakah menu tersebut akan memudahkan untuk mengelola semua file yang berkaitan dengan proses bisnis penyewaan tower?
4	Mengetahui apakah masih terdapat kekurangan untuk melakukan perhitungan biaya penyewaan sebuah tower?	Menurut Anda, apakah Menu Business Calculator efektif dan dapat diandalkan dalam proses perhitungan penyewaan tower?
5	Bagaimana pendapat Anda tentang Menu Customer Company Profile?	Apakah masih terdapat kekurangan atau sudah efektif untuk menampilkan semua profil customer dan profil perusahaan dari tenant?
6	Mengetahui pendapat pengguna tentang kekurangan dan seberapa efektif Menu Production Tools Profile	Bagaimana pendapat Anda tentang Menu Production Tools Profile, apakah masih terdapat kekurangan atau sudah efektif untuk menampilkan sebaran alat produksi Mitratel?
7	Mengetahui pendapat pengguna tentang penggunaan style guideline	Bagaimana pendapat Anda tentang penggunaan style guideline (color palette, typography, shape, icon) yang digunakan pada Website Marketing Kit, apakah ada yang perlu disesuaikan?

F. Use Case Diagram

Use Case Diagram digunakan sebagai alat bantu dalam merancang sistem aplikasi dan menggambarkan interaksi antara sistem dengan pengguna. Use Case Diagram yang telah dirancang oleh peneliti akan diimplementasikan pada sistem yang akan dibangun. Berikut Use Case Diagram yang telah dirancang oleh peneliti pada gambar 4.

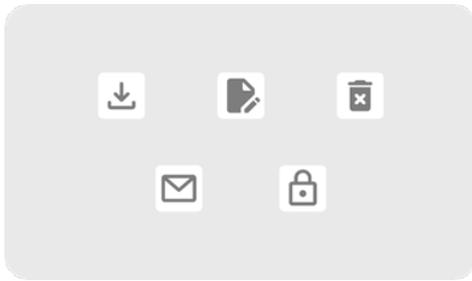
**Gambar 3.** Empathy Map**Table 4.** Pain dan Expectation Pengguna

Pain	Expectation
Kesulitan mencari menemukan spesifikasi produk terutama tentang tower yang akan disewa	Menemukan informasi product catalogue dengan mudah pada web Mitratel Marketing Kit
Kesulitan menyimpan berkas penyewaan	Dapat menyimpan berkas pada menu uploader
Tidak menyukai business calculator yang tampilannya justru sulit di pahami	Menggunakan business calculator yang mudah di pahami dan juga lengkap sesuai kebutuhan
Kesulitan melakukan perhitungan yang belum terotomatisasi	Dapat menggunakan fitur perhitungan yang mudah menggunakan business calculator
Kesulitan mencari customer dan company profile	Dapat melihat profile customer dan company pada web app

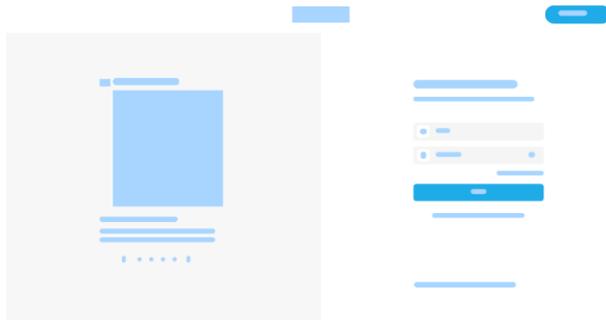
G. UI Style Guideline

Dalam perancangan UI Style Guideline, terdapat empat elemen kunci yang meliputi *color palette*, *typography*, *shape*, dan *icon*. Tujuan dari pembuatan UI Style Guideline adalah untuk memastikan konsistensi antarmuka yang terjaga di antara berbagai elemen desain dan membantu peneliti dalam merancang desain. Dengan panduan ini, peneliti dapat dengan mudah mengatur tampilan antarmuka yang konsisten dan sesuai dengan kebutuhan yang ada.

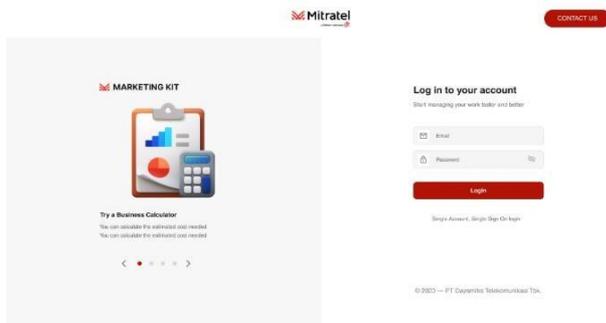
Orang yang memiliki tipe kepribadian *Steadiness* dan cenderung stabil dalam emosi dan tindakan mereka seringkali merasa nyaman dengan warna (gambar 5) merah karena mencerminkan karakteristik kepribadian mereka yang kuat dan penuh semangat. Sementara itu, warna putih dan abu-abu, khususnya abu-abu yang cerah atau muda, dikaitkan dengan kesucian, kesederhanaan, dan kejernihan. Orang



Gambar 8. Icon Website Marketing Kit



Gambar 9. Contoh low fidelity halaman login



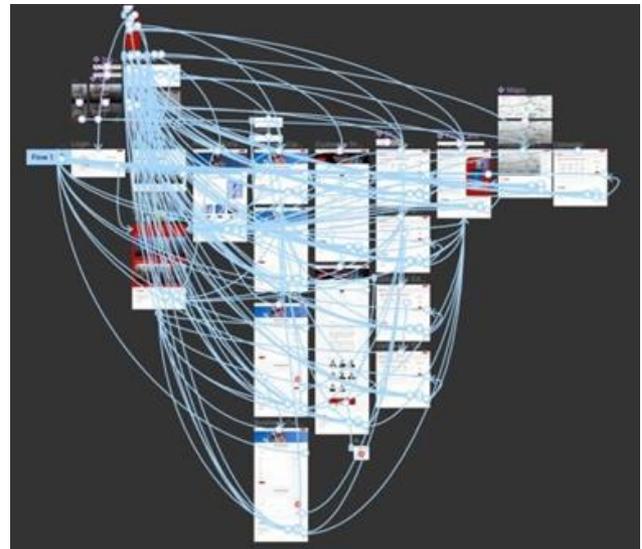
Gambar 10. Contoh high fidelity pada halaman login

melakukan usability testing. Prototype pada gambar 11 tersebut digunakan untuk menggambarkan bagaimana aplikasi berjalan dan memberikan gambaran kepada pengguna tentang fungsionalitas sistem dan desain yang sudah dibuat.

I. Testing

Pada tahap pengujian atau *testing*, peneliti menggunakan prototipe yang sudah dibuat sebelumnya. Pengujian prototipe ini dilakukan menggunakan testing tools yaitu *Maze*. Pada tahap pertama, peneliti melakukan *usability testing* untuk menguji sejauh mana rancangan antarmuka pengguna (*User Interface*) mempengaruhi pengalaman pengguna (*User Experience*) pada Website Marketing Kit. Partisipan yang menjadi target dalam *Usability Testing* ini adalah *Marketing & Sales Unit* yang memiliki tipe kepribadian *Influence*. Pengujian dilakukan secara daring melalui platform *Zoom Meeting* dan testing tools *Maze*. Peneliti menggunakan pengukuran *SEQ* untuk menilai kinerja Website Marketing Kit. Hasil pengukuran *SEQ* dari *Usability Testing* telah disajikan dalam tabel berikut:

Hasil menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik terhadap item atau fenomena yang dievaluasi dengan



Gambar 11. Prototyping Website Marketing Kit

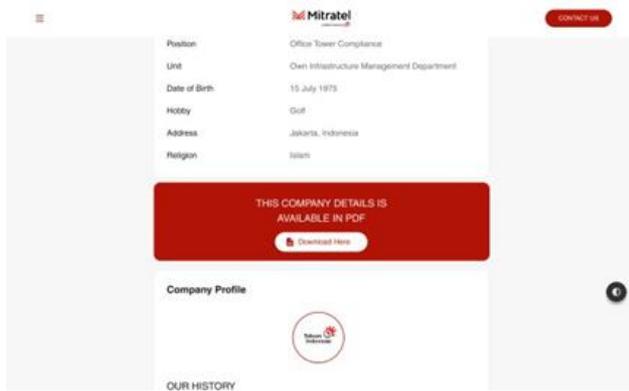
Table 5. Contoh Hasil Usability Testing

Task	Waktu	Status Penyelesaian	Skor SEQ
1	9.7 s	Selesai	7
2	17.4 s	Selesai	6
3	38.9 s	Selesai	6
4	28.2 s	Selesai	7
5	20.5 s	Selesai	6
6	4.2 s	Selesai	7
7	61.3 s	Selesai	7
8	4.9 s	Selesai	7
Rata-rata Skor SEQ			6.6

Table 6. Contoh Hasil SEQ Test

	User 1	User 2	User 3	User 4	User 5
Rata-rata	6.6	6.6	7	7	6.75
Total Skor	6.79=6.8				

metode *SEQ*, dengan rata-rata skor 6.8. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik. Sementara skor 6.8 menunjukkan bahwa para pengguna cenderung puas dan merasakan kesesuaian. Oleh karena itu, hasil dengan skor rata-rata 6,8 menunjukkan bahwa kelima pengguna cenderung memberikan penilaian yang positif terhadap desain yang dinilai menggunakan metode *SEQ*. Dari hasil keseluruhan skor *SEQ* dapat disimpulkan bahwa pemilihan dan penggunaan *style guideline* yang digunakan pada prototipe sudah tepat dan sesuai. Seperti penggunaan font (*Helvetica*), *color palette* (merah, putih, dan abu-abu), *shapes* (Rounded Edge), dan *icon* (Simplicity) yang disesuaikan dengan tipe kepribadian *Steadiness*. Serta kesesuaian dengan prinsip *gestalt*, sehingga hasil akhir dari prototipe akan menghasilkan kesesuaian dengan tipe kepribadian *Steadiness*. Namun, beberapa pengguna memberikan sedikit masukan terhadap desain prototipe yang diuji coba, sehingga peneliti akan melakukan tahap *iterative design* setelah pelaksanaan *usability testing* dan *SEQ test*.



Gambar 12. Penyesuaian Navigasi Download pada Company Profile dan Font

J. User Acceptance Testing

Untuk memverifikasi implementasi desain dan alur aplikasi, peneliti melakukan *User Acceptance Testing* untuk memastikan kesesuaian dengan *Task Flow* yang diharapkan oleh pengguna. Uji coba ini dilakukan terhadap hasil implementasi front-end yang telah dibuat. Berikut ini adalah *Task Flow* yang akan diujikan:

1. Login
2. Melihat Product Catalogue
3. Perhitungan Biaya Sewa Tower
4. Melihat Customer & Company Profile
5. Upload File
6. Melihat FAQ
7. Logout
8. Mengganti Tema

Setelah mengetahui *task flow* yang akan diuji, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian terkait *task flow* dari hasil implementasi front-end. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa *task flow* yang telah dirancang dapat berjalan dengan baik di dalam website. ?? adalah pengujian alur tugas dari hasil implementasi front-end.

Hasil menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik terhadap item atau fenomena yang dievaluasi dengan metode *SEQ*, dengan rata-rata skor 6,8. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik. Sementara skor 6.8 menunjukkan bahwa para pengguna cenderung puas dan merasakan kesesuaian. Oleh karena itu, hasil dengan skor rata-rata 6,8 menunjukkan bahwa kelima pengguna cenderung memberikan penilaian yang positif terhadap desain yang dinilai menggunakan metode *SEQ*. Dari hasil keseluruhan skor *SEQ* dapat disimpulkan bahwa pemilihan dan penggunaan *style guideline* yang digunakan pada prototipe sudah tepat dan sesuai. Seperti penggunaan font (*Helvetica*), *color palette* (merah, putih, dan abu-abu), *shapes* (Rounded Edge), dan *icon* (Simplicity) yang disesuaikan dengan tipe kepribadian *Steadiness*. Serta kesesuaian dengan prinsip *gestalt*, sehingga hasil akhir dari prototipe akan menghasilkan kesesuaian dengan tipe kepribadian *Steadiness*. Namun, beberapa pengguna memberikan sedikit masukan terhadap desain prototipe yang diuji coba, sehingga peneliti akan melakukan tahap *iterative design* setelah pelaksanaan *usability testing* dan *SEQ test*.

Gambar Penyesuaian Navigasi Download pada Company Profile dan Font

J. User Acceptance Testing

Untuk memverifikasi implementasi desain dan alur aplikasi, peneliti melakukan *User Acceptance Testing* untuk memastikan kesesuaian

Table 7. User Acceptance Testing

Task	Flow	Hasil Pengujian
Login	Mengisi form login	V
	Klik tombol login	V
	Klik navigasi product catalogue	V
Melihat Product Catalogue (Macro Cell)	Klik navigasi tower leasing	V
	Klik navigasi macro cell	V
Melihat Product Catalogue (Production Tools Profile)	Klik navigasi product catalogue	V
	Klik navigasi production tools profile	V
Perhitungan Biaya Sewa Tower	Klik navigasi business calculator	V
	Klik navigasi tower leasing	V
	Mengisi form calculator	V
	Klik tombol generate	V
	Mengisi contract simulation	V
	Klik tombol save to uploader	V
Melihat Customer dan Company Profile	Klik navigasi customer profile	V
	Klik navigasi Telkom Group	V
	Klik navigasi Telkomsel	V
Upload File	Klik tombol download PDF	V
	Klik navigasi uploader	V
	Klik tombol upload	V
	Klik tombol download	V
Melihat FAQ	Klik tombol edit	V
	Klik tombol delete	V
Melihat FAQ	Klik navigasi FAQ	V

dengan *Task Flow* yang diharapkan oleh pengguna. Uji coba ini dilakukan terhadap hasil implementasi front-end yang telah dibuat. Berikut ini adalah *Task Flow* yang akan diujikan:

1. Login
2. Melihat Product Catalogue
3. Perhitungan Biaya Sewa Tower
4. Melihat Customer & Company Profile
5. Upload File
6. Melihat FAQ

7. Logout
8. Mengganti Tema

Setelah mengetahui *task flow* yang akan diuji, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian terkait *task flow* dari hasil implementasi front-end. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa *task flow* yang telah dirancang dapat berjalan dengan baik di dalam website. Tabel 7 adalah pengujian alur tugas dari hasil implementasi front-end.

Hasil menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik terhadap item atau fenomena yang dievaluasi dengan metode *SEQ*, dengan rata-rata skor 6,8. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa kelima pengguna memberikan penilaian yang cukup baik. Sementara skor 6,8 menunjukkan bahwa para pengguna cenderung puas dan merasakan kesesuaian. Oleh karena itu, hasil dengan skor rata-rata 6,8 menunjukkan bahwa kelima pengguna cenderung memberikan penilaian yang positif terhadap desain yang dinilai menggunakan metode *SEQ*.

Dari hasil keseluruhan skor *SEQ* dapat disimpulkan bahwa pemilihan dan penggunaan *style guideline* yang digunakan pada prototipe sudah tepat dan sesuai. Seperti penggunaan font (*Helvetica*), *color palette* (merah, putih, dan abu-abu), *shapes* (Rounded Edge), dan *icon* (Simplicity) yang disesuaikan dengan tipe kepribadian *Steadiness*.

Serta kesesuaian dengan prinsip *gestalt*, sehingga hasil akhir dari prototipe akan menghasilkan kesesuaian dengan tipe kepribadian *Steadiness*. Namun, beberapa pengguna memberikan sedikit masukan terhadap desain prototipe yang diuji coba, sehingga peneliti akan melakukan tahap *iterative design* setelah pelaksanaan *usability testing* dan *SEQ test*.

Penyesuaian Navigasi Download pada Company Profile dan Font.

Kesimpulan

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan pada Website Marketing Kit dengan menggunakan metode *Design Thinking* memiliki beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan serta perancangan prototipe *UI/UX Design* yang sesuai dengan tipe kepribadian *steadiness* dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memahami lebih dalam tentang pengguna dengan tipe kepribadian *steadiness* dan mengikuti *style guideline* yang sesuai dengan tipe kepribadian tersebut, dapat menghasilkan desain yang sesuai dengan preferensi pengguna dengan kepribadian *steadiness*. Hasil pengujian terhadap prototipe desain menunjukkan skor *SEQ* 6,8, yang menunjukkan bahwa pengguna secara keseluruhan merasa nyaman dan mudah memahami keseluruhan alur dan desain pada Website Marketing Kit.
2. Penelitian ini juga menghasilkan penyesuaian dalam menggabungkan *UI/UX Design* yang sesuai dengan tipe kepribadian *steadiness* dan *business requirement details* dari Mitratel. Dengan penggabungan ini dihasilkan desain website yang lebih sesuai dengan karakteristik tipe kepribadian *steadiness* dan memberikan manfaat untuk meningkatkan kepuasan pengguna dalam mencapai tujuan bisnis Mitratel.
3. Selain itu, penelitian ini juga mengembangkan prototipe desain Website Marketing Kit menggunakan *ReactJS* untuk framework front-end dan *Laravel* untuk framework back-end. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa dengan menggunakan kedua bahasa pemrograman tersebut dapat menghasilkan sebuah prototipe yang fungsional dan responsif serta dapat dikembangkan tanpa memakan waktu yang lama. *ReactJS* dapat memberikan tampilan interaktif dan menarik, serta *Laravel* yang menyediakan kerangka kerja yang kuat untuk pengelolaan dan integrasi dengan database.

B. Saran

Berdasarkan batasan penelitian yang telah ditetapkan, peneliti dapat memberikan rekomendasi yang berguna untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah saran yang dapat peneliti sampaikan:

1. Menggunakan pengujian preferensi desain berdasarkan tipe kepribadian *steadiness*. Selain melakukan *usability testing*, lakukan juga penelitian untuk membuktikan pemilihan preferensi desain yang sesuai dengan tipe kepribadian *steadiness*. Hal ini dapat dilakukan melalui pengumpulan data dari responden dengan tipe kepribadian *steadiness* yang berbeda dan menganalisis preferensi desain mereka dengan lebih detail.
2. Menggunakan variasi menu produk pada perancangan menu. Gunakan beberapa contoh menu *product catalogue*, menu *business calculator*, dan menu *customer profile* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana tipe kepribadian *steadiness* mempengaruhi preferensi dalam navigasi dan tampilan menu produk. Dengan menggunakan variasi menu, hasil penelitian dapat lebih mewakili preferensi yang lebih dalam dari tipe kepribadian *steadiness*.
3. Melakukan perancangan versi mobile atau responsif dalam perancangan prototipe desain. Dalam era digital yang mobile-friendly, sangat penting untuk mempertimbangkan penggunaan perangkat mobile dalam pengembangan website. Melakukan pembuatan versi mobile atau responsif akan menghasilkan pengalaman dan kemudahan pengguna yang lebih dalam dan lebih luas.
4. Mempertimbangkan pengembangan website yang melibatkan aspek lain seperti sisi pengelola atau admin. Selain fokus pada sisi pengguna atau user, melibatkan pengembangan sisi admin akan memberikan pemahaman yang lebih dalam dan luas terkait kebutuhan dan preferensi dari perspektif pengelola website. Hal ini akan membantu meningkatkan keseluruhan kualitas website dan pengalaman pengguna yang lebih luas.

Daftar Pustaka

1. Perdana I, Santosa PI, Setiawan NA, Wimbari S. Confirmation of personality types using visual evoked potential with user interface design stimulus. *Journal of Computer Science*. 2021;17(11):1138-46.
2. Garrett JJ. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. 2nd ed. New Riders; 2011.
3. Utami E, Hartanto AD, Adi S, Oyong I, Raharjo S. Profiling analysis of DISC personality traits based on Twitter posts in Bahasa Indonesia. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*. 2019.
4. Dorst K. *Frame Innovation: Create New Thinking by Design*. MIT Press; 2015.
5. Usertesting. *7 Gestalt Principles of Visual Perception: Cognitive Psychology for UX*; 2019. Retrieved from <https://www.usertesting.com/blog/gestalt-principles>.