

RESEARCH ARTICLE

Prototipe Sistem Informasi Marketing Kit Berdasarkan Tipe Kepribadian Dominance

Muhamad Bilaal Kunaefi, 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 22 September 2024; accepted on 23 October 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan prototipe marketing kit berdasarkan tipe kepribadian DiSC, dengan fokus pada aspek Dominance, untuk PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel). Tipe kepribadian seseorang dapat memengaruhi cara mereka menerima informasi dan mengambil keputusan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dan sistem informasi dalam aktivitas penjualan. Marketing kit digunakan sebagai media promosi yang membantu meningkatkan penjualan produk dan jasa, dan tipe kepribadian dapat memengaruhi keterampilan seorang sales dalam menjual produk atau jasa. Dalam penelitian ini, metode Design Thinking digunakan sebagai pendekatan utama, dengan metode evaluasi yang meliputi Usability Testing untuk desain prototipe dan User Acceptance Testing untuk implementasi front-end. Hasil dari penelitian ini adalah rancangan prototipe website marketing kit yang disesuaikan dengan tipe kepribadian Dominance untuk Mitratel, serta kode akhir website yang dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman ReactJS. Dengan memanfaatkan temuan ini, Mitratel dapat meningkatkan upaya pemasarannya dan secara efektif memperhatikan karakteristik kepribadian individu untuk mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Key words: Penelitian, Prototipe, Marketing Kit, Tipe Kepribadian, DiSC, Dominance, Sistem Informasi, Keterampilan Penjualan, Design Thinking, Usability Testing, User Acceptance Testing, Rancangan Prototipe, Website, ReactJS.

Pendahuluan

Seperti yang dikatakan oleh Indrajit (2001), perkembangan teknologi dan sistem informasi saat ini semakin pesat, dan dapat dilihat dari penggunaan komputer yang jauh lebih efisien (dari segi waktu dan biaya) dibandingkan dengan mempekerjakan berpuluh-puluh SDM untuk hal serupa. Dan salah satu contoh kegiatan yang terpengaruh oleh berkembangnya teknologi dan sistem informasi adalah perancangan kegiatan praktik kerja, sehingga untuk mengikuti cepatnya arus perkembangan sistem informasi ini, penulis mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dan sistem informasi dengan membuat prototipe marketing kit.

Marketing Kit adalah media promosi yang menyediakan beragam informasi tentang produk dan jasa yang dapat membantu meningkatkan penjualan produk dan jasa. Marketing Kit sangat bermanfaat bagi pebisnis karena mereka tidak perlu membuang waktu dan tenaga untuk menjelaskan hal-hal yang akan diperjualbelikan, karena calon pembeli bisa menerima informasi produk lebih detil melalui media digital (Mardiana & Adiani, 2018). Sebuah penelitian menunjukkan bahwa marketing kit memiliki fungsi sebagai pemberi informasi yang penting mengenai sebuah penjualan, seperti spesifikasi teknis, harga, jenis produk dan lain sebagainya (Mardiana, 2013).

Pada saat ini, PT Dayamitra Telekomunikasi masih melakukan penjualan secara manual dengan cara mempertemukan pembeli kepada tim sales tanpa media penengah, yang mengakibatkan proses penjualan lama dan tidak efisien karena bisa memakan waktu 3-4 hari untuk dikelola. Masalah lainnya adalah PT Dayamitra Telekomunikasi belum memiliki data pelanggan dan profil perusahaan yang lengkap. Oleh karena itu, untuk meningkatkan proses bisnis perusahaan, penulis berencana untuk membuat prototipe untuk marketing kit pada perusahaan PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) dengan berdasarkan DiSC.

Oleh karena itu, penulis membuat prototipe marketing kit dengan tipe kepribadian Dominance karena dengan tipe kepribadian yang benar, performa seorang karyawan juga akan meningkat, dan dengan sebuah marketing kit, penjualan pada PT Dayamitra Telekomunikasi akan meningkat.

Tinjauan Pustaka

Kajian teori merupakan prinsip berfikir 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 prototype pada penelitian ini.

User Interface

User interface adalah sebuah aset yang membantu pengguna untuk berinteraksi dengan antarmuka produk untuk layanan. Sebagai contoh, *User Interface* terdiri dari elemen desain visual seperti warna dan tipografi. *User interface* juga digunakan untuk melihat fungsi dari layar atau sistem yang tidak biasa, seperti proses yang dijalankan melalui suara (Vatsal & Ankit, 2021). UI merupakan bagian yang sangat penting dalam pengembangan sebuah sistem, karena mempengaruhi bagaimana pengguna menggunakan sistem tersebut. Jika UI disusun dengan baik, maka pengguna akan merasa nyaman dan mudah untuk mengakses sistem. Sebaliknya, jika UI tidak disusun dengan baik, maka pengguna akan merasa kesulitan dan bahkan bisa mengurangi minat mereka untuk menggunakan sistem. Oleh karena itu, pengembangan harus memperhatikan aspek-aspek seperti kemudahan navigasi, konsistensi, dan estetika dalam merancang UI sebuah sistem.

User Experience

User experience (UX) adalah interaksi pengguna dengan produk, sistem, atau layanan yang meliputi kemudahan penggunaan, intuitivitas, dan efektivitas. UX mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna dan keberlanjutan penggunaan produk. Uji coba produk sebelum diluncurkan, seperti *usability testing*, dapat meningkatkan UX dengan mengidentifikasi masalah dan menyediakan dukungan pelanggan yang baik. Pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan pemanfaatan tingkat kepuasan pengguna juga penting untuk meningkatkan UX. Penelitian juga menyoroti pentingnya UX dalam identifikasi kelebihan dan kekurangan pengalaman pengguna, serta penggunaan umpan balik untuk perbaikan.

Tipe Kepribadian D.I.S.C

DiSC merupakan salah satu tes kepribadian yang dikembangkan oleh William Moulton Marston. *DiSC* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi tipe kepribadian seseorang. Masing-masing tipe kepribadian memiliki karakteristik yang berbeda-beda, antara lain:

1. **Dominance:** cenderung seseorang yang bersifat tegas, agresif, langsung, dan suka mengambil keputusan yang biasa mengerjakan sesuatu tanpa butuh bantuan orang lain alias independen.
2. **Influence:** orang yang memiliki tipe kepribadian ini cenderung memiliki sifat yang persuasif, enerjik, dan suka berinteraksi dengan orang lain.
3. **Steadiness:** orang yang memiliki tipe kepribadian ini cenderung memiliki sifat yang stabil, damai, dan suka bekerja dalam tim.
4. **Conscientiousness:** Orang dengan tipe kepribadian ini cenderung teliti, rasional, dan bekerja secara teratur. Penelitian menunjukkan bahwa penilaian kepribadian *DISC* digunakan oleh banyak organisasi bisnis untuk mencari talenta yang dapat membantu mencapai tujuan mereka. Penilaian *DISC* memberikan wawasan tentang pola perilaku dan kecenderungan kandidat, bukan hanya mengidentifikasi ciri-ciri kepribadian yang spesifik.

Dalam konteks penelitian ini, penulis memilih tipe kepribadian **Dominance** yang dijelaskan sebagai respon emosional yang dihasilkan dari stimulus motor antagonis dengan intensitas lebih rendah dibandingkan dengan motor self subjek (William Moulton Marston).

Design Thinking

Wolniak (2017) menyebutkan, *Design Thinking* terdiri dari lima tahap berturut-turut yang digunakan dalam prosesnya. Semua tahap tersebut tidak terpisahkan dan harus dilakukan secara berturut-turut tanpa meninggalkan beberapa diantaranya. Penulis membedakan lima tahap *Design Thinking* sebagai berikut:

1. empathize,
2. define,
3. ideate,
4. prototype,
5. test.

Design thinking fokus pada kebutuhan pengguna dan mengakui bahwa tidak ada solusi pasti untuk masalah. Metode ini menekankan pada iterasi dan perbaikan terus-menerus dari solusi yang dikembangkan. *Design thinking* memungkinkan pemahaman dan penyelesaian masalah kompleks secara inovatif dan menyenangkan melalui pendekatan empati yang mengutamakan kebutuhan pengguna. Seperti yang diungkapkan oleh Kelley dan Littman (2005), *design thinking* membantu mengembangkan solusi yang tepat sasaran dan bermanfaat bagi pengguna.

Gestalt Principle

Menurut White (2002:59) dalam Tascioglu (2016), *Gestalt* adalah istilah Jerman, yang diciptakan di Staatliches Bauhaus di Weimar pada awal tahun 1920-an, yang menggambarkan keutuhan desain: Kesatuan sebuah desain lebih dari sekadar penjumlahan bagian-bagiannya. Dengan kata lain, setiap bagian dari sebuah desain dipengaruhi oleh apa yang ada di sekelilingnya. Teori *Gestalt* diperkenalkan oleh Wertheimer, dan diteliti lebih lanjut oleh Kurt Koffka dan Wolfgang Köhler pada tahun 1920-an. "Publikasi 'Experimentelle Studien über das Sehen von Bewegung' (Studi Eksperimental tentang Persepsi Gerakan) oleh psikolog kelahiran Ceko, Max Wertheimer, pada tahun 1912 menandai berdirinya aliran *Gestalt*. Di dalamnya, Wertheimer melaporkan hasil studi tentang gerakan yang tampak yang dilakukan di Frankfurt, Jerman, bersama psikolog Wolfgang Köhler dan Kurt Koffka. Ketiganya membentuk inti dari aliran *Gestalt* selama beberapa dekade berikutnya." (*Gestalt Psychology*, 2016).

Prinsip-prinsip *Gestalt* banyak digunakan dalam karya desain grafis, dan merupakan cara yang bagus untuk memahami bagaimana pesan dan visual dirancang. Ada banyak cara berbeda untuk mengatur pesan, dan prinsip-prinsip *Gestalt* memberikan ide dan petunjuk tentang bagaimana hal itu bisa berbeda serta bagaimana cara memanipulasi mata biasanya sama. Ada empat cara untuk menghubungkan elemen-elemen secara satu-kesatuan:

1. **Proximity:** Juga disebut pengelompokan, adalah cara paling sederhana untuk mencapai kesatuan. Elemen-elemen yang secara fisik berdekatan dianggap berhubungan. Semakin jauh mereka terpisah, semakin semakin tidak terlihat berhubungan (White, 2002:61).
2. **Similarity:** Elemen yang memiliki karakteristik dasar yang sama cenderung diintegrasikan ke dalam kelompok. Elemen-elemen yang memiliki ukuran, warna, bentuk, posisi, atau tekstur yang serupa akan terlihat sama. Kebalikan dari kemiripan adalah kontras yang disengaja: jenis atau citra yang lebih besar dilihat yang lebih besar dianggap lebih penting (White, 2002:61).
3. **Repetition (related to similarity):** Pengulangan (terkait dengan kemiripan): Ide apa pun yang diulang memberikan kesatuan. Ide yang diulang dapat berupa posisi, ukuran, warna, atau penggunaan aturan, warna latar belakang, dan kotak. Pengulangan menghasilkan irama.

4. **Theme with variations:** Pengulangan sederhana tanpa variasi bisa menjadi membosankan karena kesamaannya. Perubahan dari tema dasar mempertahankan keterkaitan sekaligus memberikan ketertarikan.

Usability Heuristic

Dalam Mirkowicz & Grodner (2018), Jakob Nielsen mengembangkan daftar heuristik yang dikenal sebagai *List Heuristic*, yang merupakan aturan-aturan yang digunakan untuk membuat keputusan dalam situasi terbatas dengan sumber daya atau informasi yang terbatas. Salah satu heuristik penting adalah visibilitas status sistem yang memberikan informasi kepada pengguna tentang apa yang sedang terjadi dan menciptakan kepercayaan terhadap produk. Heuristik lainnya adalah kesesuaian antara sistem dan dunia nyata, kontrol dan kebebasan pengguna, konsistensi dan standar, pencegahan kesalahan, pengenalan daripada mengingat, fleksibilitas dan efisiensi penggunaan, desain estetis dan minimalis, pengenalan, diagnosis, dan pemulihan kesalahan, serta bantuan dan dokumentasi yang membantu pengguna menyelesaikan tugas mereka dengan mudah dan efektif.

Metodologi Penelitian

Berikut merupakan sebuah sistematisa penyelesaian masalah yang melibatkan beberapa tahap proses penelitian yang terintegrasi. Tahap pertama adalah melakukan *D.i.S.C assessment* dan wawancara terhadap pegawai PT Dayamitra Telekomunikasi, hal ini dilakukan untuk mengetahui tipe kepribadian masing-masing pegawai dan juga mengetahui kebutuhan pengguna. Selanjutnya, kami menentukan prototipe marketing kit dengan menggunakan metode *design thinking*. Setelah itu, kami membuat prototipe marketing kit menggunakan tools *Figma* yang berdasarkan dari *design thinking* yang dilakukan sebelumnya, dan yang terakhir adalah melakukan pengujian (*testing*) terhadap pegawai PT Dayamitra Telekomunikasi untuk menentukan apakah prototipe sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Tujuan dari sistematisa penyelesaian masalah ini adalah untuk membuat prototipe sistem informasi marketing kit yang didasarkan pada tipe kepribadian **Dominance**.
Tahap *Design Thinking*:

1. **Tahap Empathize**

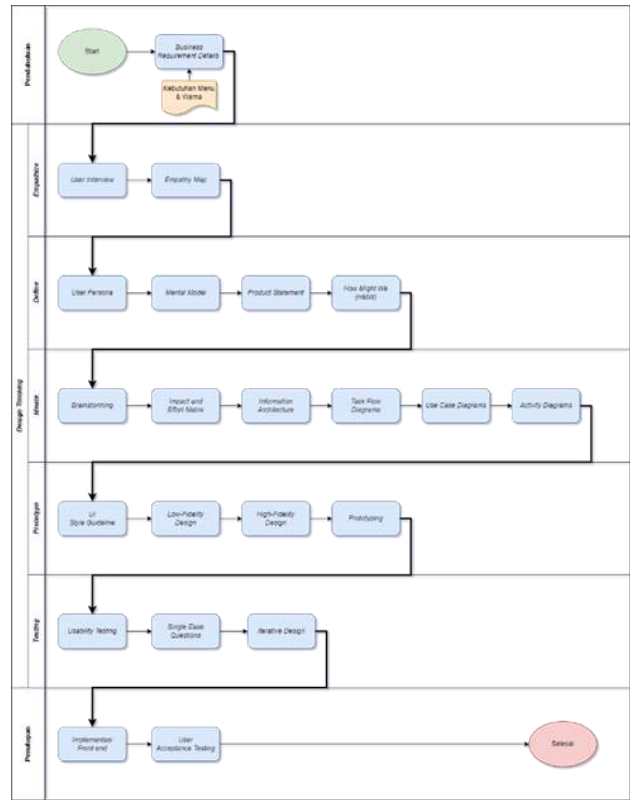
- a. Melakukan *User Interview*: Proses wawancara dengan pengguna untuk memahami pengalaman dan kebutuhan mereka.
- b. Membuat *Empathy Map*: Membuat peta empati yang menggambarkan emosi, pemikiran, kebutuhan, dan pengalaman pengguna.

2. **Tahap Define**

- a. Membuat *User Persona*: Membuat profil yang mewakili pengguna, dengan fokus pada karakteristik, tujuan, dan kebutuhan mereka.
- b. Membuat *Mental Model*: Membuat representasi deskriptif tentang cara pengguna memahami dan berinteraksi dengan sistem.
- c. Membuat *Product Statement*: Merumuskan pernyataan yang menjelaskan tujuan utama produk yang akan dikembangkan. Membuat *How Might We*: Mengajukan pertanyaan kreatif untuk memunculkan ide-ide solusi potensial.

3. **Tahap Ideate**

- a. Melakukan *Brainstorming*: Proses menghasilkan sebanyak mungkin ide solusi secara bebas dan tanpa kritik.



Gambar 1. Sistematisa Penyelesaian Masalah Bagian 1

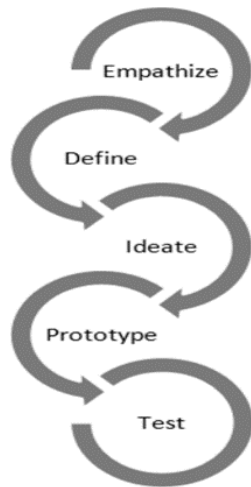
- b. Membuat *Impact and Effort Matrix*: Mengidentifikasi ide-ide solusi berdasarkan dampaknya dan usaha yang diperlukan untuk mengimplementasikannya.
- c. Membuat *Information Architecture*: Membangun struktur dan hierarki informasi produk untuk memastikan pemahaman yang jelas dan sistematis.
- d. Membuat *Task Flow Diagram*: Menggambarkan urutan langkah-langkah yang diambil oleh pengguna dalam menyelesaikan tugas tertentu.
- e. Membuat *Use Case Diagram*: Menyajikan interaksi antara pengguna dengan sistem dalam skenario penggunaan yang spesifik.
- f. Membuat *Activity Diagram*: Menampilkan alur aktivitas atau proses dalam sistem atau aplikasi.

4. **Tahap Prototype**

- a. Menerapkan *UI Style Guideline*: Mengikuti pedoman desain antarmuka pengguna yang telah ditetapkan.
- b. Membuat *Low-Fidelity Design*: Membuat desain kasar dan sederhana yang menggambarkan struktur dan tata letak elemen antarmuka.
- c. Membuat *High-Fidelity Design*: Membuat desain rinci yang mencakup warna, tipografi, grafik, dan elemen interaktif.
- d. Melakukan *Prototyping*: Membuat model interaktif atau simulasi dari desain yang telah dibuat.

5. **Tahap Testing**

- a. Melakukan *Usability Testing*: Menguji kegunaan dan kemudahan penggunaan produk dengan mengamati dan meminta umpan balik dari pengguna.



Gambar 2. Model Konseptual Design Thinking

- b. Melakukan *Single Ease Question*: Menggunakan pertanyaan tunggal untuk mengukur sejauh mana pengguna merasa mudah atau sulit menggunakan produk.
 - c. Melakukan *Iterative Design*: Mengubah dan memperbaiki desain berdasarkan temuan dan umpan balik dari pengujian, dengan melakukan iterasi yang berulang.
6. Tahap Penutupan
- a. Implementasi *Front-end*: Melakukan implementasi desain front-end.
 - b. *User Acceptance Testing*: Melakukan uji coba penerimaan dari pengguna.

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.

Model Konseptual

Penulis menggunakan metode *Design Thinking* seperti pada gambar 2 dalam pembuatan prototipe sistem informasi *Marketing Kit* berdasarkan tipe kepribadian **Dominance**. Metode ini dipilih karena penulis memiliki familiaritas dengan metode tersebut dan karena *Design Thinking* memberikan fleksibilitas dalam menemukan solusi yang sesuai dengan beragam tipe kepribadian **Dominance** dari pengguna. Metode *Design Thinking* juga menekankan pengujian dan perbaikan berkelanjutan, sehingga dapat menyesuaikan perubahan yang terjadi selama proses desain, sehingga memberikan solusi yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan *D.I.S.C. Assessment* pada pegawai PT Dayamitra Telekomunikasi untuk mengetahui tipe kepribadian mereka. Selanjutnya, kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait tipe kepribadian tersebut akan disebar-kan kepada pegawai. Data yang diperoleh dari kuisisioner ini merupakan data primer yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan prototipe website *Marketing Kit*. Selain itu, juga akan dilakukan

wawancara terhadap pegawai PT Dayamitra Telekomunikasi untuk mengkonfirmasi dan mengumpulkan informasi tambahan terkait tipe kepribadian mereka dan wawancara yang berkaitan dengan metode *Design Thinking* yang merupakan data dengan metode kualitatif. Data yang diperoleh dari wawancara ini juga akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan prototipe website yang akan dirancang.

User Interview

Tahap wawancara pengguna bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai kekurangan, minat, dan preferensi pengguna yang akan menggunakan website *Marketing Kit*. Berikut adalah rangkuman tujuan dan pertanyaan wawancara yang telah disusun dalam tabel berikut:

Metode Evaluasi

Untuk metode evaluasi dalam penelitian ini, penulis menggunakan 2 jenis metode yaitu metode evaluasi formatif dan sumatif, yang mana dijelaskan sebagai berikut:

Metode Evaluasi Formatif

Pada metode evaluasi formatif, penulis akan melakukan *usability testing*, khususnya *Single Ease Question* (SEQ), untuk mengevaluasi keberhasilan prototipe yang telah dibuat. SEQ adalah metode yang melibatkan pengguna dalam memberikan penilaian sejauh mana mereka merasa mudah atau sulit menggunakan prototipe. Hasil dari *usability testing* tersebut akan digunakan sebagai masukan untuk mengevaluasi keberhasilan prototipe tersebut. Apabila hasil testing menunjukkan ketidakcocokan, maka penulis akan melakukan revisi ulang dan mungkin melakukan pembuatan prototipe ulang dari awal.

Metode Evaluasi Sumatif

Dalam metode evaluasi sumatif, penulis menggunakan *User Acceptance Testing* (UAT) untuk mengevaluasi keberhasilan prototipe. UAT dilakukan dengan menguji prototipe pada pegawai yang memiliki tipe kepribadian **Dominance**, dan menggunakan beberapa indikator seperti tingkat kepuasan pegawai terhadap prototipe, tingkat kemudahan penggunaan prototipe, dan tingkat efektivitas prototipe dalam membantu pegawai melakukan pekerjaan. Hasil dari evaluasi sumatif ini akan menjadi dasar untuk menentukan apakah prototipe yang telah dibuat dapat diterima atau tidak oleh pegawai dengan tipe kepribadian **Dominance**.

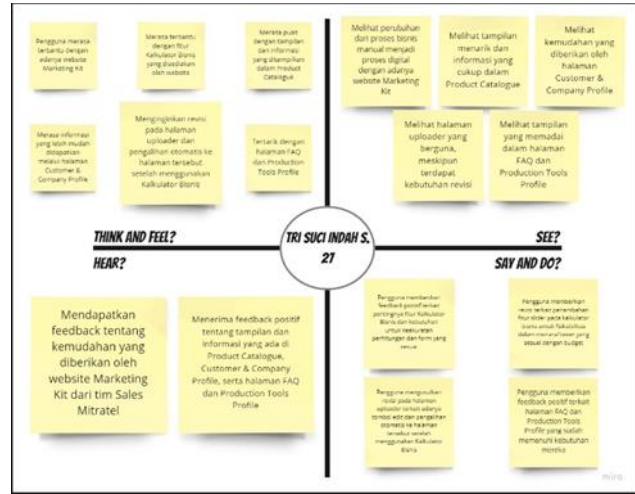
Empathy Map

Gambar 3 menunjukkan *Empathy map* adalah sebuah alat atau framework yang digunakan dalam pengembangan produk atau pemasaran untuk membantu penulis memahami pengguna mereka secara lebih mendalam. *Empathy map* bertujuan untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang pengguna, kebutuhan, keinginan, dan emosi mereka. Dengan menggunakan *empathy map*, penulis dapat memahami pengalaman dan perspektif pengguna secara lebih intuitif. *Empathy Map* memiliki empat bagian yang merujuk pada pengguna: *Think and Feel*, *Hear*, *See*, *Say and Do*, serta *Pain and Gain*. Untuk pengguna **Dominance** dari *Marketing Kit*, *empathy map* akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang cara mereka berpikir dan merasakan.

1. **Think and Feel**: Pengguna merasa terbantu dengan adanya website *Marketing Kit*. Merasa terbantu dengan fitur *Kalkulator Bisnis* yang disediakan oleh website. Merasa puas dengan tampilan dan informasi yang ditampilkan dalam *Product Catalogue*. Merasa informasi yang lebih mudah didapatkan melalui halaman *Customer & Company Profile*. Menginginkan revisi pada halaman *uploader* dan pengalihan otomatis ke halaman tersebut setelah

Table 1. Tujuan dan Pertanyaan Wawancara

No.	Tujuan Wawancara	Pertanyaan Wawancara
1	Mengetahui pendapat pengguna mengenai prototype website <i>Marketing Kit</i> dan mengetahui fitur tertentu yang pengguna ingin coba atau merasa ada ketertarikan.	Bagaimana pendapat Anda tentang website <i>Marketing Kit</i> ? Apakah ada fitur tertentu yang membuat Anda tertarik untuk mencoba dalam membantu menjalankan proses bisnis?
2	Mengetahui pendapat pengguna mengenai seberapa efektif halaman <i>Product Catalogue</i> untuk melihat produk yang ditawarkan Mitratel.	Bagaimana pendapat Anda tentang menu <i>Product Catalogue</i> ? Apakah menu tersebut akan efektif untuk menampilkan semua produk portofolio Mitratel?
3	Mengetahui pendapat pengguna mengenai fitur <i>Kalkulator Bisnis</i> dan mengetahui apakah fitur tersebut akan efektif, dan dapat diandalkan oleh pengguna.	Bagaimana pendapat Anda tentang fitur <i>Kalkulator Bisnis</i> ? Apakah fitur tersebut akan memudahkan perhitungan biaya penyewaan sebuah tower? Menurut Anda, apakah fitur <i>Kalkulator Bisnis</i> efektif dan dapat diandalkan dalam proses perhitungan penyewaan tower?
4	Mengetahui pendapat pengguna mengenai seberapa efektif halaman <i>Customer Company Profile</i> untuk menampilkan semua profil customer dan profil perusahaan dari tenant.	Bagaimana pendapat Anda tentang menu <i>Customer Company Profile</i> ? Apakah menu tersebut akan efektif untuk menampilkan semua profil customer dan profil perusahaan dari tenant?
5	Mengetahui pendapat pengguna mengenai halaman <i>Uploader</i> dan mengetahui apakah halaman tersebut akan memudahkan untuk mengelola semua file yang berkaitan dengan proses bisnis penyewaan tower.	Bagaimana pendapat Anda tentang menu <i>File Uploader Form</i> ? Apakah menu tersebut akan memudahkan untuk mengelola semua file yang berkaitan dengan proses bisnis penyewaan tower?
6	Mengetahui pendapat pengguna mengenai halaman <i>FAQ</i> dan mengetahui apakah halaman tersebut dapat mewakili semua jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh tenant.	Bagaimana pendapat Anda tentang menu <i>FAQ</i> ? Apakah menu tersebut dapat mewakili semua jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh tenant?
7	Mengetahui pendapat pengguna mengenai seberapa efektif halaman <i>Production Tools Profile</i> untuk menampilkan sebaran alat produksi Mitratel.	Bagaimana pendapat Anda tentang menu <i>Production Tools Profile</i> ? Apakah menu tersebut dapat efektif untuk menampilkan sebaran alat produksi Mitratel?



Gambar 3. Empathy Map

menggunakan *Kalkulator Bisnis*. Tertarik dengan halaman *FAQ* dan *Production Tools Profile*.

- Hear:** Pengguna mendengar tentang kemudahan yang diberikan oleh website *Marketing Kit* dari tim *Sales Mitratel*. Menerima umpan balik positif tentang tampilan dan informasi yang ada di *Product Catalogue*, *Customer & Company Profile*, serta halaman *FAQ* dan *Production Tools Profile*.
- See:** Melihat perubahan dari proses bisnis manual menjadi proses digital dengan adanya website *Marketing Kit*. Melihat tampilan menarik dan informasi yang cukup dalam *Product Catalogue*. Melihat kemudahan yang diberikan oleh halaman *Customer & Company Profile*. Melihat halaman *uploader* yang berguna, meskipun terdapat kebutuhan revisi. Melihat tampilan yang memadai dalam halaman *FAQ* dan *Production Tools Profile*.
- Say and Do:** Pengguna memberikan umpan balik positif terkait pentingnya fitur *Kalkulator Bisnis* dan kebutuhan untuk keakuratan perhitungan dan form-form yang sesuai. Pengguna memberikan revisi terkait penambahan fitur slider pada kalkulator KPR (*Kredit Kepemilikan Rumah*) untuk fleksibilitas dalam menara/tower yang sesuai dengan budget. Pengguna mengusulkan revisi pada halaman *uploader* terkait adanya tombol edit dan pengalihan otomatis ke halaman tersebut setelah menggunakan *Kalkulator Bisnis*. Pengguna memberikan umpan balik positif terkait halaman *FAQ* dan *Production Tools Profile* yang sudah memenuhi kebutuhan mereka.

Adapun **Pain** (masalah atau kesulitan) dan **Expectation** (harapan atau ekspektasi) yang dapat diidentifikasi dari keempat poin dalam *Empathy Map*:

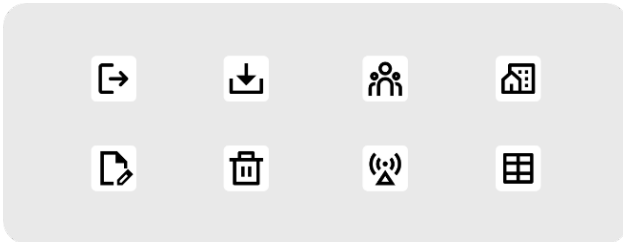
- Pain:** Proses bisnis sebelum adanya website *Marketing Kit* masih dilakukan secara manual. Kurangnya integrasi dalam melihat *product catalog* ke dalam sistem. Keinginan akan perbaikan pada halaman *uploader* dan pengalihan otomatis ke halaman tersebut setelah menggunakan *Kalkulator Bisnis*.
- Expectation:** Harapan untuk mendapatkan kemudahan dalam proses bisnis dengan adanya website *Marketing Kit*. Harapan akan tampilan menarik dan informasi yang cukup dalam *Product Catalogue*. Harapan untuk mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi melalui halaman *Customer & Company Profile*. Ekspektasi bahwa halaman *FAQ* sudah memadai dan tidak memerlukan revisi. Harapan untuk melihat informasi terkait



Gambar 7. Shape Website Marketing Kit



Gambar 8. Icon Website Marketing Kit

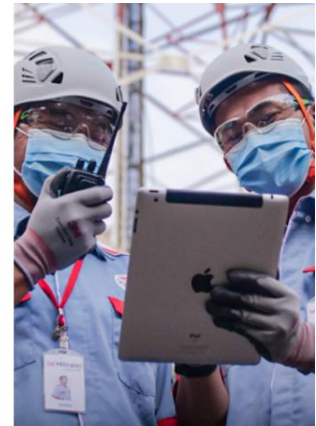
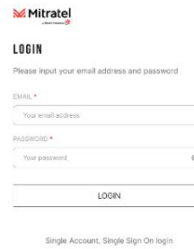


Gambar 9. Contoh low fidelity halaman login

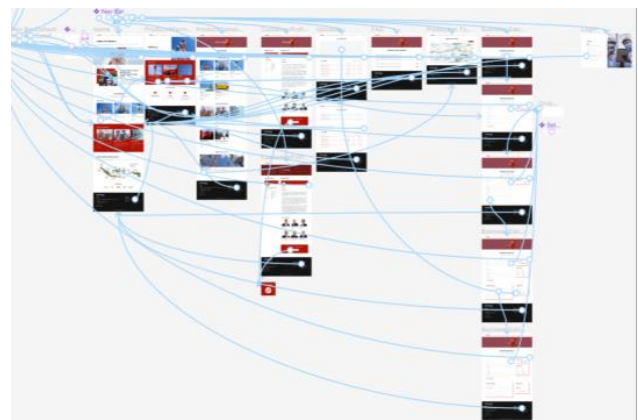


menggunakan platform komunikasi Google Meet dan Zoom, serta menggunakan Maze sebagai alat *testing*.

Skor yang didapat dari hasil pengujian SEQ pada desain *User Interface* yang telah dirancang ulang adalah 6.325, yang menandakan pengguna sudah dapat dengan mudah memahami flow dari sistem



Gambar 10. Contoh high fidelity pada halaman login



Gambar 11. Prototyping Website Marketing Kit

Table 2. Contoh Hasil Usability Testing

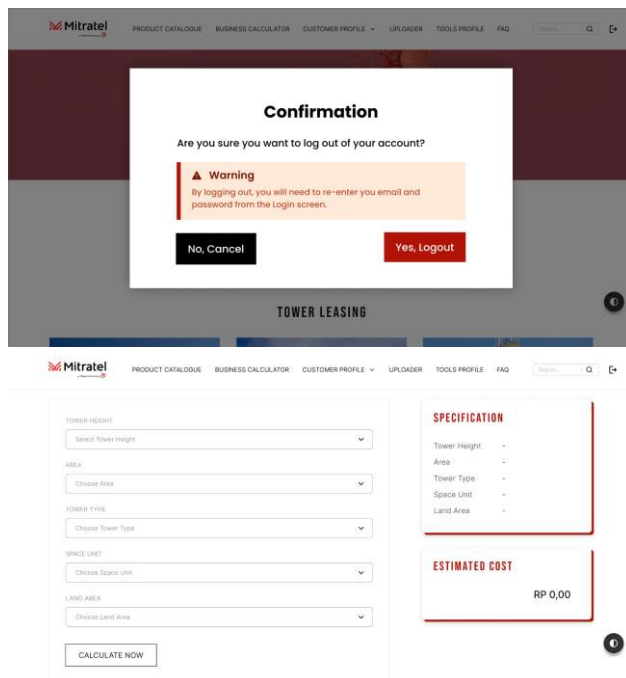
Task	Waktu Penyelesaian	Status	Skor SEQ
1	5.0 Detik	Berhasil	6
2	16.7 Detik	Berhasil	5
3	49.0 Detik	Berhasil	5
4	13.0 Detik	Berhasil	7
5	40.1 Detik	Berhasil	7
6	4.3 Detik	Berhasil	7
7	13.4 Detik	Berhasil	7
8	2.1 Detik	Berhasil	7
Rata-rata Skor SEQ			6.375

ini. Meskipun masih terdapat beberapa area yang perlu diperbaiki dan disempurnakan, skor tersebut mengindikasikan bahwa desain UI yang baru telah berhasil meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Pengguna melaporkan hal-hal positif dalam hal navigasi yang intuitif, tampilan yang menarik, dan flow yang interaktif. Beberapa elemen desain juga mendapatkan pujian, seperti penggunaan warna yang lebih harmonis dan ikon yang lebih jelas. Namun, terdapat beberapa masukan minor dari pengguna terkait penempatan beberapa elemen

Table 3. Contoh Hasil SEQ Test

User	1	2	3	4	5
Skor	6.625	6.0	6.625	6.375	6
Total Skor	6.325				



Gambar 12. Penyesuaian Prototipe dengan Feedback Pengguna

yang masih kurang optimal dan belum adanya konfirmasi pada tombol logout.

Berdasarkan umpan balik dan skor SEQ yang diterima, style guideline yang digunakan telah sesuai dengan prinsip-prinsip desain *Gestalt*. Pengguna memberikan umpan balik positif terkait navigasi intuitif, tampilan menarik, dan flow interaktif. Desain UI mencerminkan prinsip kedekatan, kemiripan, dan pengulangan, memungkinkannya mengidentifikasi pola dan keterkaitan antara elemen-elemen. Meskipun ada area perbaikan, secara keseluruhan desain UI menciptakan kesatuan dan penutupan logis. Style guideline ini berhasil mengimplementasikan prinsip-prinsip desain *Gestalt* dengan baik dan diterima oleh pengguna.

Gambar 6 menunjukkan penyesuaian prototipe berdasarkan umpan balik pengguna yang telah diterima.

User Acceptance Testing

User Acceptance Testing (UAT) dilakukan untuk pengguna akhir atau *end-user* secara aktif terlibat untuk memvalidasi apakah sistem yang dikembangkan sudah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. UAT dilakukan untuk memastikan bahwa sistem sudah siap untuk digunakan secara efektif sebelum diluncurkan secara resmi. UAT yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode *operational acceptance testing*, yang mana lebih difokuskan pada flow atau alir dari website yang telah dibangun. UAT ini dilakukan terhadap hasil implementasi front-end yang telah dibangun. Berikut ini adalah seluruh flow yang akan diujikan:

1. Login
2. Logout

Table 4. User Acceptance Testing

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

3. Mengganti Tema Desain
4. Melihat *Product Catalogue*
5. Perhitungan Biaya Sewa Tower
6. Melihat *Customer & Company Profile*
7. Upload File
8. Melihat *FAQ*

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa style guideline yang digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip desain *Gestalt*. Pengguna memberikan umpan balik positif terkait navigasi, tampilan, dan flow yang interaktif. Ini menunjukkan penggunaan prinsip-prinsip desain seperti kedekatan, kemiripan, pengulangan, dan kelanjutan. Meskipun ada area yang perlu diperbaiki, secara keseluruhan desain UI menciptakan kesatuan dan penutupan yang logis. Uji coba User Acceptance Testing juga menunjukkan bahwa alur front-end sudah sesuai dengan harapan pengguna, dan desain diterima dengan baik dalam segi *User Interface*, *User Experience*, dan implementasi front-end.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan prototipe website *Marketing Kit* yang disesuaikan dengan tipe kepribadian **Dominance** dan menggunakan metode *Design Thinking* dapat memberikan hasil yang positif. Dengan memahami karakteristik kepribadian pengguna dan mengikuti pedoman desain yang sesuai, desain yang memenuhi preferensi pengguna dapat dikembangkan, meningkatkan kenyamanan dan pemahaman pengguna terhadap tampilan dan alur desain pada website *Marketing Kit*.

Penggunaan framework *ReactJS* dalam pengembangan prototipe desain juga membawa keuntungan dalam hal efisiensi. Dengan menggunakan *ReactJS*, tampilan interaktif dan menarik dapat dirancang untuk prototipe tersebut. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan desain UI/UX yang inovatif, menciptakan interaksi yang lancar dengan pengguna, dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik pada website *Marketing Kit*.

Saran

Berdasarkan feedback pengguna pada website *Marketing Kit*, penelitian selanjutnya dapat melibatkan pengembangan sisi pengelola dalam prototipe untuk memahami kebutuhan pengelola website. Pengujian

lebih lanjut dapat dilakukan dengan evaluasi preferensi desain, termasuk mempertimbangkan hubungan antara tipe kepribadian dan preferensi desain.

Untuk perusahaan Mitratel, saran yang dapat diterapkan antara lain memperluas cakupan prototipe untuk mencakup seluruh sistem, mengadopsi pendekatan *design thinking* dalam pengembangan produk dan layanan, serta mempertimbangkan penggunaan framework lain selain *ReactJS* dalam merancang website.

Daftar Pustaka

1. Wolniak R. The Design Thinking method and its stages. *Systemy Wspomagania w Inżynierii Produkcji*. 2017;6.
2. Indrajit RE. Evolusi Perkembangan Teknologi Informasi. *Renaissance Research Centre*; 2001.
3. Herfandi TM Yuliadi, Hamdani F, Maulya A. Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan UI dan UX. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*. 2022. Available from: <http://ejurnal.seminarid.com/index.php/bits/article/view/1716/1158>.
4. Rawat P, Mahajan AN. ReactJS: A modern web development framework. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. 2020;5(11):698-702.
5. Dorst K. *Frame Innovation: Create New Thinking by Design*. MIT Press; 2015.
6. Riihiho S. Usability Testing. In: Norman KL, Kirakowski J, editors. *The Wiley Handbook of Human Computer Interaction*; 2018. .
7. Tascioglu M. The Gestalt of Book Design; 2016. Official Conference Proceedings Abstract. Available from: https://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/iicahdubai2016/IICAHDubai2016_21542.pdf.
8. Nielsen J. 10 Usability Heuristics for User Interface Design; 2020. NN/g Nielsen Norman Group. Available from: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>.