

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Bab ini membahas fokus penelitian yang diambil. Penelitian ini bertujuan untuk merancang tampilan antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang optimal saat mengakses sebuah situs web. Selain itu, penelitian ini juga bermaksud untuk memahami bagaimana perancangan tersebut dapat menjadi salah satu strategi *Digital Branding* UMKM Anfasa Herbal dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui platform online.

Objek penelitian ini adalah UMKM Anfasa Herbal yang berlokasi di Jl. Terusan Jakarta, Antapani, Kota Bandung. UMKM ini khusus dalam penjualan berbagai produk herbal. Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana merancang situs web yang efektif agar dapat memberikan pengalaman yang baik bagi pengunjung situs. Penelitian ini akan merancang desain antarmuka dan pengalaman pengguna yang dapat membantu UMKM Anfasa Herbal mencapai tujuan mereka. Fokus utama adalah bagaimana mendesain tampilan situs web yang menarik, mudah digunakan, dan informatif bagi para pengunjung. Pemilihan metode "*Design thinking*" sebagai landasan penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa rancangan antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Metode ini melibatkan tahapan *Emphatize* untuk memahami pengguna, *Define* untuk merumuskan permasalahan yang akan dipecahkan, *Ideate* untuk menghasilkan ide-ide kreatif, *Prototype* untuk merancang model visual, dan *Test* untuk menguji desain yang dihasilkan.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan unsur-unsur dari metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan

komprehensif terkait perancangan desain *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* sebagai bentuk strategi *digital branding* pada UMKM Anfasa Herbal.

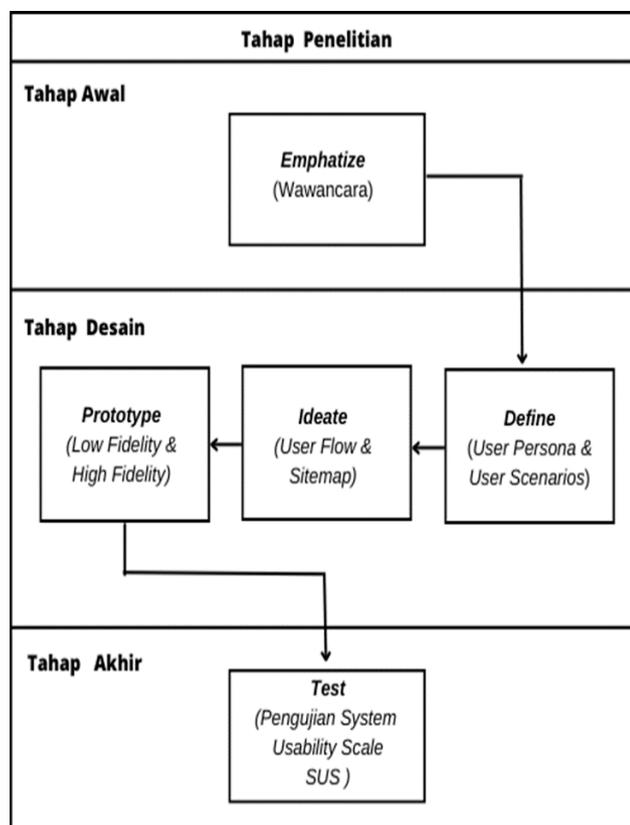
Dalam tahap awal, metode kualitatif diterapkan melalui wawancara dengan pemilik UMKM Anfasa Herbal dan beberapa pelanggan. Wawancara ini bertujuan untuk memahami kebutuhan, preferensi, serta harapan terhadap desain *website* yang akan dibangun. Informasi yang diperoleh melalui wawancara digunakan sebagai landasan untuk merancang desain yang relevan dan efektif. Pada tahap pengujian, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menerapkan kuesioner *System Usability Scale (SUS)*. Metode ini bertujuan untuk mengukur tingkat usability dan efektivitas desain yang telah dirancang. Kuesioner SUS diberikan kepada responden yang merupakan pengguna potensial dari *website* UMKM Anfasa Herbal. Skor rata-rata dari kuesioner ini memberikan indikasi mengenai tingkat keberhasilan desain dalam memfasilitasi pengguna dalam berinteraksi dengan *website*.

Penerapan pendekatan penelitian *mixed methods* ini memungkinkan peneliti untuk menggabungkan kekuatan masing-masing metode dalam mendapatkan informasi yang komprehensif dan mendalam. Pendekatan kualitatif memberikan insight tentang kebutuhan dan preferensi pengguna, sementara metode kuantitatif memberikan ukuran yang lebih objektif terkait efektivitas desain. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai perancangan desain UI/UX sebagai salah satu bentuk strategi *digital branding* pada UMKM Anfasa Herbal.

### 3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah "*Design Thinking*". Metode ini digunakan untuk merancang solusi inovatif dengan berfokus pada kebutuhan pengguna. Penggunaan metode *Design thinking* dalam penelitian ini dipilih karena metode ini merupakan pendekatan yang berfokus pada solusi untuk mengatasi setiap masalah yang ada (Syahrul, 2019), dengan menggunakan metode *Design Thinking* memungkinkan peneliti untuk memahami dan merancang solusi yang sesuai dengan konteks dan kebutuhan yang sebenarnya. Pada gambar 3.1

menggambarkan tahap perancangan dengan penerapan metode *Design thinking*



Gambar 3.1 Tahap Penelitian *Design thinking*

Pemikiran desain secara efektif membantu dalam memecahkan masalah dan memahami kebutuhan pengguna. Metode ini memiliki 5 tahapan pengerjaan, yaitu tahap *empathize*, tahap *define*, tahap *ideate*, tahap *prototype*, dan yang terakhir tahap *test*. Tahap awal melibatkan wawancara dan observasi untuk mendapatkan informasi yang akurat dan mengumpulkan data yang diperlukan untuk memahami masalah yang ingin diselesaikan. Tahap desain melibatkan *define*, *ideate*, dan *prototype* dan yang terakhir adalah tahap *test*.

### 3.3.1 *Emphatize*

Pada perancangan desain *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) *website* UMKM Anfasa Herbal tahap awal yaitu tahap *emphatize*. Pada tahap ini, peneliti akan melakukan pengumpulan informasi dan data melalui wawancara tertulis menggunakan media seperti *microsoft word* dan *whatsapp* dengan pihak

Zian Syifa Azkia, 2023

DIGITAL BRANDING MELALUI PERANCANGAN DESAIN USER INTERFACE (UI) DAN USER EXPERIENCE (UX) WEBSITE UMKM ANFASA HERBAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

UMKM Anfasa Herbal dan pengguna. Pada tahap wawancara peneliti merancang serangkaian pertanyaan untuk mendapatkan pemahaman tentang masalah dan kendala yang dihadapi. Wawancara ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu pemilik UMKM Anfasa Herbal dan pengguna. Tahap ini menghasilkan *draft* hasil wawancara yang telah diperoleh dari pemilik UMKM dan pengguna untuk mendapatkan pemahaman dari masalah yang ingin dipecahkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Anfasa Herbal menghasilkan sebuah sampel bahwa mereka menginginkan sebuah desain *website* dengan tampilan menarik yang mudah digunakan dan dipahami. Tujuan dari *website* ini untuk meningkatkan *brand awarness* mempermudah berbagai kegiatan bisnis, seperti menampilkan informasi produk kepada pengguna, melakukan transaksi penjualan serta membangun hubungan yang baik dengan pengguna.

Sementara itu, dari wawancara dari sisi pengguna yang telah melakukan pembelian produk/barang secara *online* dan *offline*, mereka mengungkapkan keinginan untuk memiliki *website* yang mudah dipahami dan memberikan kenyamanan dalam penggunaannya. Serta memudahkan pencarian produk/barang yang diinginkan, mampu digunakan transaksi pembelian produk/barang UMKM dan mampu mengetahui berbagai stok produk/barang terbaru.

### 3.3.2 Define

Setelah kebutuhan dan permasalahan pengguna diketahui, diperlukan pengamatan atas pernyataan permasalahan yang ada untuk menentukan permasalahan yang dialami oleh pengguna. Dalam menentukan permasalahan, diperlukan proses pengolahan atas data yang sudah ada menggunakan *user persona* (Kristin Angelina dkk., 2021). Pada tahap *define*, peneliti mengamati dan merumuskan kriteria calon pengguna *website* yang akan dirancang berdasarkan permasalahan pengguna yang telah dikumpulkan pada tahap *empathize*. Peneliti mengolah hasil wawancara yang telah didapat pada tahap sebelumnya untuk diamati dan menentukan inti permasalahan calon pengguna. Untuk karakteristik pengguna yaitu berusia diatas 25-40 tahun, memiliki kebiasaan melakukan belanja *online* dan pernah membeli produk UMKM Anfasa Herbal. Pada tahap *define* ini

menghasilkan pembuatan *user persona* dan *user scenarios*. Untuk penjelasan dari *user persona* dan *user scenarios* pada tahap *define* sebagai berikut.

#### 1. *User persona*

*User persona* adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan, karakteristik, dan perilaku pengguna terkait suatu masalah atau konteks tertentu dalam interaksi antara manusia dan komputer Ananda dkk. (2021). Dalam pembuatan *user persona*, digunakan *tools* digital canva sebagai alat untuk menyusun informasi yang relevan. *User persona ini* mencakup identitas pengguna yang meliputi nama, usia, alamat, dan pekerjaan. Selain itu, pada asumsi pengguna persona juga akan mencakup tujuan, kebutuhan, permasalahan, dan perilaku utama pengguna.

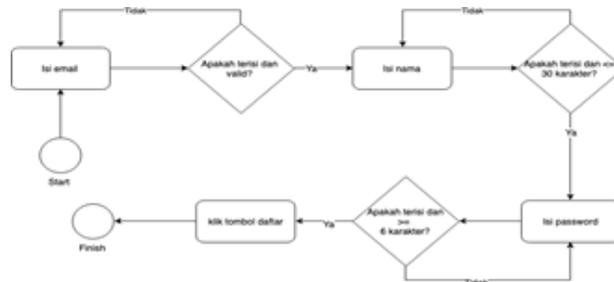
#### 2. *User scenarios*

Untuk memperoleh pemetaan calon pengguna yang lebih optimal, dibuatlah *user scenarios* yang terdiri dari empat aktivitas atau aliran cerita yang berkaitan dengan konteks pengguna masing-masing Kurniawan (2018). *User scenarios* berperan sebagai media yang menjelaskan serangkaian skenario interaksi dalam bentuk teks. Setiap skenario menggambarkan langkah-langkah yang diambil oleh aktor saat berinteraksi dengan sistem. Pada pembuatan *user scenarios* ini peneliti membuat 4 aliran aktivitas serta konteks yang dilakukan oleh tiap pengguna sesuai dengan *user persona* pada tahap sebelumnya.

### 3.3.3 *Ideate*

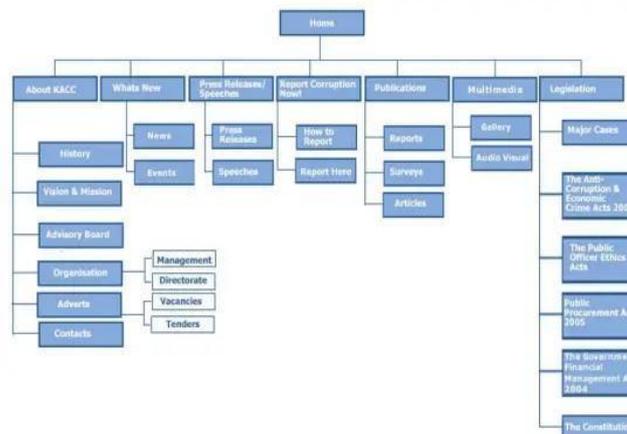
Pada tahap *ideate*, peneliti akan menghasilkan berbagai ide sebagai upaya untuk menyelesaikan masalah yang telah ditetapkan pada tahap *define*. Tujuan dari tahap ini adalah agar ide-ide tersebut dapat menghasilkan solusi yang efektif untuk permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Anfasa Herbal. Pada tahap *ideate*, peneliti akan membuat *user flow* sebagai representasi visual dari alur interaksi pengguna dengan *website*. *User flow* menggambarkan urutan langkah atau aktivitas yang dilakukan oleh pengguna saat berinteraksi dengan *website*, sehingga membantu memahami perjalanan pengguna dari satu halaman ke halaman lainnya. Dalam pembuatan *user flow*, peneliti akan menggunakan *tools* digital draw.io. Pada

gambar 3.2 merupakan contoh *user flow* pada *website*.



Gambar 3.2 Contoh *userflow* pada *website*  
Sumber : Damiyati 2023

Setelah pembuatan *user flow*, selanjutnya peneliti akan membuat *sitemap*. *Sitemap* adalah representasi visual dari struktur halaman-halaman dalam *website*. *Sitemap* membantu dalam merencanakan tata letak dan navigasi antarhalaman, serta memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai keseluruhan struktur aplikasi. Gambar 3.3 merupakan contoh *sitemap* pada *website*.



Gambar 3.3 Contoh *sitemap* pada *website*  
Sumber : Damiyati 2023

### 3.3.4 Prototype

Pada tahap ini, peneliti akan memulai pembuatan kerangka gambaran *prototype* untuk mendukung pembuatan *website* UMKM Anfasa Herbal. Tujuannya adalah untuk mendefinisikan kembali masalah yang dihasilkan pada tahap sebelumnya. Pada *prototype* ini juga dilakukan pengujian sehingga nantinya bisa dapat mengevaluasi hasil *prototype* jika terdapat masalah pada salah satu atau masing – masing *prototype*. Dalam pembuatan *prototype*, peneliti akan

Zian Syifa Azkia, 2023

**DIGITAL BRANDING MELALUI PERANCANGAN DESAIN USER INTERFACE (UI) DAN USER EXPERIENCE (UX) WEBSITE UMKM ANFASA HERBAL**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggunakan *tools* desain bernama Figma, yang dapat digunakan pada laptop. Tahap perancangan desain terbagi menjadi dua proses, yaitu *low fidelity* (rendah presisi) dan *high fidelity* (tinggi presisi).

### 1. *Low fidelity*

Pada tahap *low fidelity*, dilakukan pembuatan sketsa sederhana dengan tingkat presisi yang masih rendah. Tujuannya adalah untuk memicu inovasi dan menentukan tata letak serta struktur dasar yang nantinya dapat dievaluasi secara berulang-ulang. Pembuatan *low fidelity* menggunakan *tools* Figma yang dapat digunakan pada laptop.



Gambar 3.4 *Low-Fidelity Wireframes*

Sumber : Damiyati 2023

### 2. *High fidelity*

Setelah selesai dengan tahap *low fidelity*, dilanjutkan dengan tahap *high fidelity*. Pada tahap ini, peneliti akan membuat sketsa yang lebih konkret dan detail mengenai rancangan yang dibuat, serta dapat dioperasikan oleh pengguna. Tahap *high fidelity* juga menggunakan *tools* Figma yang dapat digunakan pada laptop.



Gambar 3.5 *High-Fidelity Wireframes*

Sumber : Damiyati 2023

Melalui kedua tahap ini, peneliti dapat menghasilkan kerangka gambaran *prototype* yang lebih jelas dan siap untuk dievaluasi. Penggunaan *tools* Figma memungkinkan peneliti untuk bekerja dengan fleksibilitas dan memperoleh hasil yang lebih akurat dalam perancangan desain *website* UMKM (Tazkiyah et dkk., 2022)

### 3.3.5 *Test (Pengujian)*

Pada tahap akhir akan dilakukan penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan media *google form* dengan menerapkan metode *System usability scale* (SUS). Peneliti juga akan menyertakan link langsung ke *prototype* yang telah dirancang menggunakan Figma ke dalam *google form*. Tujuan dari tahap pengujian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil rancangan sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta mendapatkan feedback dari pemilik UMKM Anfasa Herbal dan sampel pengguna. Dengan melibatkan responden dalam pengujian, peneliti dapat memperoleh data yang bermanfaat untuk mengevaluasi desain *prototype*.

Melalui kuesioner yang disebar, responden akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap *usability* (kemudahan penggunaan) sistem yang diuji. Metode *System usability scale* (SUS) digunakan sebagai alat pengukuran yang telah terbukti efektif dalam mengevaluasi pengalaman pengguna terhadap sistem (Kosim dkk., 2022)

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis data utama, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara dengan pemilik UMKM Anfasa Herbal dan beberapa pelanggan. Data kuantitatif diperoleh melalui penggunaan kuesioner *System Usability Scale* (SUS) yang disebarakan kepada responden yang merupakan pengguna potensial website UMKM Anfasa Herbal. Data kualitatif dianalisis dengan pendekatan analisis konten untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari wawancara. Data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan metode statistik untuk menghitung skor rata-rata dari kuesioner SUS.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap awal melibatkan wawancara dengan pemilik UMKM Anfasa Herbal dan beberapa pelanggan. Wawancara dilakukan secara tatap muka untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang kebutuhan dan harapan terhadap desain website. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner *System Usability Scale* SUS kepada responden yang merupakan calon pengguna website UMKM Anfasa Herbal. Kuesioner disebarakan secara daring dan mengumpulkan data mengenai tingkat kepuasan dan usability terhadap desain yang telah dirancang.

Penggunaan teknik pengumpulan data yang beragam ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dan valid. Data kualitatif memberikan insight yang mendalam, sementara data kuantitatif memberikan ukuran yang lebih objektif terhadap efektivitas desain. Kedua jenis data ini saling melengkapi dalam menyajikan informasi yang lengkap mengenai perancangan desain UI/UX sebagai bentuk strategi digital branding pada UMKM Anfasa Herbal.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara terstruktur dan sistematis untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang perancangan desain UI/UX sebagai bentuk strategi digital branding pada UMKM Anfasa Herbal.

Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan:

1. Analisis Konten Wawancara: Data dari wawancara dengan pemilik UMKM Anfasa Herbal dan pelanggan offline dianalisis dengan teknik analisis konten. Transkrip wawancara diuraikan menjadi unit-unit makna yang mewakili tema-tema utama yang muncul. Peneliti mengidentifikasi pola-pola, kebutuhan, harapan, dan masalah yang diungkapkan oleh responden.
2. Pengkodean Tema: Tema-tema yang muncul dari analisis konten diidentifikasi dan dikodekan. Ini melibatkan pengelompokan unit-unit makna ke dalam kategori-kategori tematik yang relevan. Pengkodean tematik membantu dalam mengorganisasi data secara sistematis untuk melihat pola-pola yang muncul.
3. Penghubungan Tema dengan Desain: Tema-tema yang diidentifikasi dari wawancara dianalisis lebih lanjut untuk dihubungkan dengan elemen-elemen desain yang direncanakan. Misalnya, kebutuhan dan harapan yang diungkapkan oleh responden dapat dihubungkan dengan fitur-fitur yang akan ada dalam desain UI/UX.
4. Analisis Skor System Usability Scale (SUS): Data skor dari kuesioner SUS yang diberikan kepada responden dianalisis dengan menghitung rata-rata skor dan interpretasi nilai. Skor ini memberikan gambaran tentang efektivitas usability desain yang telah dirancang. Nilai-nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan yang lebih baik.
5. Pengaitan Data Kualitatif dan Kuantitatif: Hasil dari analisis konten wawancara dan analisis skor SUS dihubungkan untuk memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang bagaimana desain UI/UX memenuhi kebutuhan pengguna. Data kualitatif dari wawancara memberikan konteks dan makna lebih dalam terkait dengan nilai-nilai skor kuantitatif dari pengujian SUS.

Melalui teknik analisis data yang terintegrasi, penelitian ini dapat menggali informasi dari berbagai dimensi untuk membentuk gambaran yang komprehensif tentang efektivitas desain UI/UX sebagai bentuk strategi digital branding pada UMKM Anfasa Herbal. Kombinasi antara data kualitatif dan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk memahami secara lebih mendalam pengalaman, harapan, dan respon pengguna terhadap desain yang telah dirancang.