

Prototipe Sistem Informasi Marketing Kit Berdasarkan Tipe Kepribadian Dominance

1st Muhamad Bilaal Kunaefi

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

bkunaefi@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Faishal Mufied Al Anshary

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

faishalmufied@telkomuniversity.ac.id

3rd Ilham Perdana

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

ilhamp@telkomuniversity.ac.id

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.

Kata Kunci— Penelitian, Prototipe, Marketing Kit, Tipe Kepribadian, DiSC, Dominance, Sistem Informasi, Keterampilan Penjualan, Design Thinking, Usability Testing, User Acceptance Testing, Rancangan Prototipe, Website, ReactJS.

I. 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), dan 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.

II. KAJIAN TEORI

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 prototipe pada penelitian ini.

A. 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, pengembang harus memperhatikan aspek-aspek seperti kemudahan navigasi, konsistensi, dan estetika dalam merancang UI sebuah sistem.

B. 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 pemantauan 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.

C. 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 Dominance 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).

D. 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 empatik yang mengutamakan kebutuhan pengguna. Seperti yang diungkapkan oleh Kelley dan Littman (2005), design thinking membantu mengembangkan solusi yang tepat sasaran dan bermanfaat bagi pengguna.

E. Gestalt Principle

Menurut (White, 2002:59) dalam (Tascioglu, 2016) Gestalt adalah istilah Jerman, yang diciptakan di Städtisches 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 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:

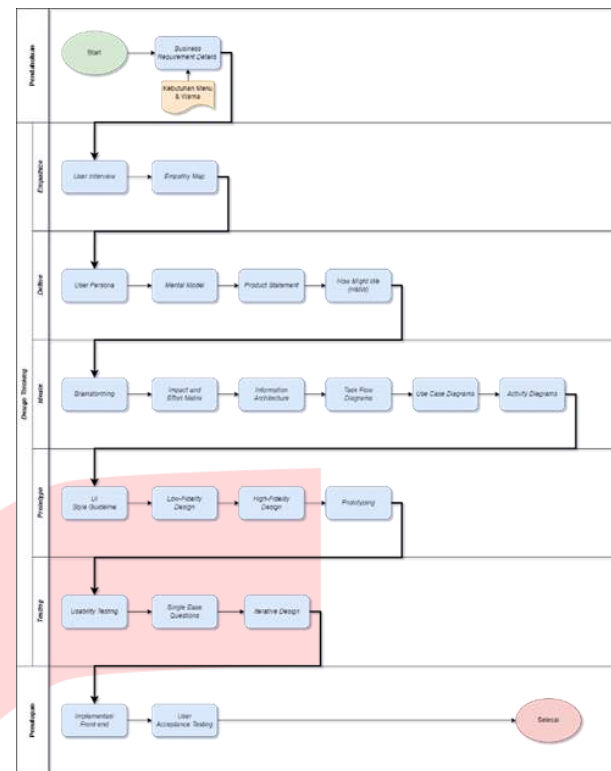
Pengulangan sederhana tanpa variasi bisa menjadi membosankan karena kesamaannya. Perubahan dari tema dasar mempertahankan keterkaitan sekaligus memberikan ketertarikan

F. 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 estetik dan minimalis, pengenalan, diagnosis, dan pemulihan kesalahan, serta bantuan dan dokumentasi yang membantu pengguna menyelesaikan tugas mereka dengan mudah dan efektif.

III. METODE PENELITIAN

Berikut merupakan sebuah sistematika 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 sistematika penyelesaian masalah ini adalah untuk membuat prototipe sistem informasi marketing kit yang didasarkan pada tipe kepribadian dominance.



GAMBAR 3. 1
Sistematika Penyelesaian Masalah Bagian 1

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.
 - 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.

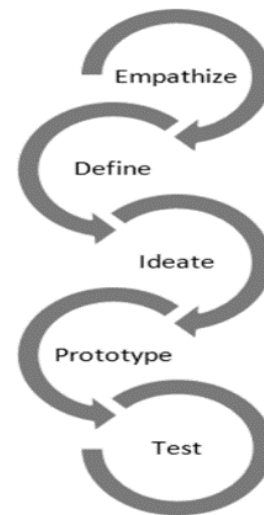
- d. Membuat Task Flow Diagram: Menggambarkan urutan langkah-langkah yang diambil oleh pengguna dalam menyelesaikan tugas tertentu.
- e. Membuat Use Case Diagram: Menyajikan interaksi antara pengguna dengan sistem dalam skenario penggunaan yang spesifik.
- f. Membuat Activity Diagram: Menampilkan alur 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.
 - 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.

IV. 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 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.



GAMBAR 4. 1
Model Konseptual Design Thinking

B. 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, kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait tipe kepribadian tersebut akan disebarkan kepada pegawai. Data yang diperoleh dari kuisioner 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.

C. 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:

TABEL 4. 2
Tujuan dan Pertanyaan Wawancara

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

D. Metode Evaluasi

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

1. Metode Evaluasi Formatif

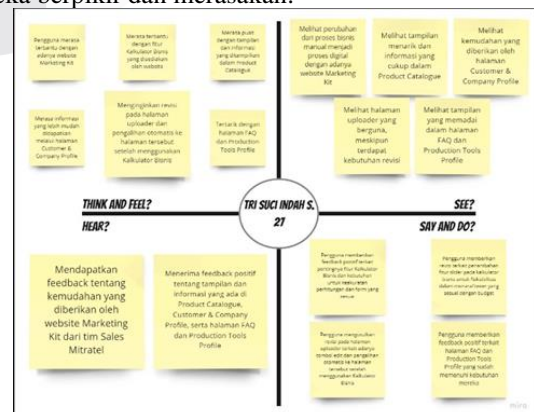
Pada metode evaluasi formatif, penulis akan melakukan usability testing penulis, khususnya Single Ease Question (SEQ), untuk mengevaluasi keberhasilan prototipe yang telah dibuat. SEQ adalah metode yang melibatkan pengguna dalam memberikan penilaian sejauh mana mereka merasa mudah atau sulit menggunakan prototipe. terhadap prototipe yang telah dibuat kepada pegawai yang memiliki tipe kepribadian dominance. 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.

2. 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.

E. Emphaty Map

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 dan Gain. Untuk pengguna Dominance dari Marketing Kit, empathy map akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang cara mereka berpikir dan merasakan.



GAMBAR 4. 1
Empathy Map

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

2. 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.

3. 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.

4. 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:

a. Pain:

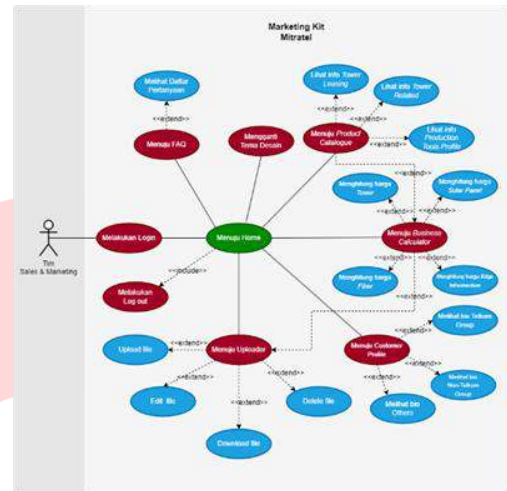
Proses bisnis sebelum adanya website Marketing Kit masih dilakukan secara manual. Kurangnya integrasi dalam melihat product catalog ke dalam sistem. Keinginan akan perbaikan pada halaman uploader dan pengalihan otomatis ke halaman tersebut setelah menggunakan Kalkulator Bisnis.

b. 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 alat-alat produksi menara dan peta sebarannya melalui halaman Production Tools Profile.

F. Use Case Diagram

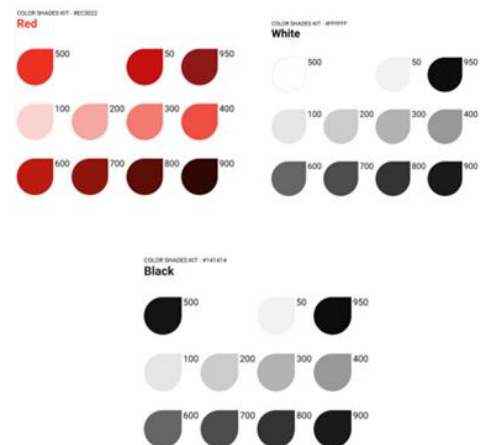
Use Case Diagram adalah Diagram yang menggambarkan interaksi antara pengguna (aktor) dengan sistem atau produk, memvisualisasikan skenario penggunaan yang berbeda dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengguna akan berinteraksi dengan solusi yang diusulkan, membantu tim dalam mengidentifikasi kebutuhan dan persyaratan yang perlu dipertimbangkan.



GAMBAR 4. 2
Use Case Diagram

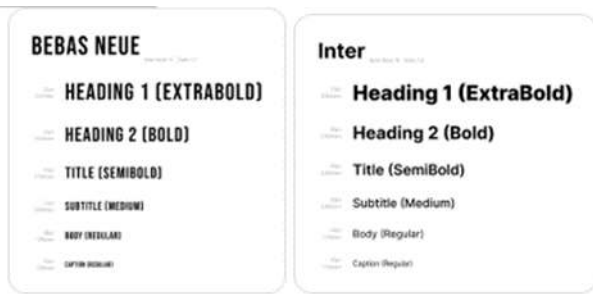
G. UI Style Guideline

UI Style Guideline berisi panduan desain yang mencakup prinsip-prinsip, gaya visual, elemen UI, dan aturan desain yang konsisten untuk memastikan konsistensi tampilan dan pengalaman pengguna dalam pengembangan antarmuka pengguna.



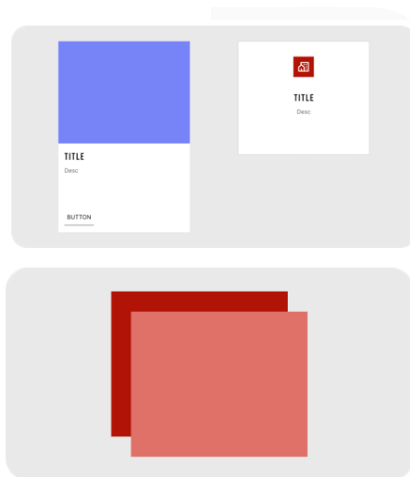
GAMBAR 4. 3
Color Palette Website Marketing Kit

Warna merah melambangkan kekuatan, keberanian, dan kemampuan untuk mengambil tindakan. Warna ini juga dapat meningkatkan energi dan motivasi, yang cocok untuk seseorang yang ingin mencapai tujuan dan memotivasi orang lain untuk bekerja keras. Namun warna merah tersebut harus diimbangi oleh warna lain seperti warna putih dan hitam supaya berkesan lebih tenang dan menenangkan.



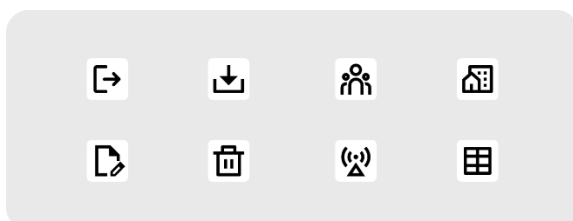
GAMBAR 4. 4
Typography Website Marketing Kit

Tipe kepribadian Dominance cenderung seseorang yang tegas, berpikir jauh ke depan, dan memiliki kemampuan kepemimpinan yang baik, jenis huruf yang tebal dan berat seperti *Font Bebas Neue* akan cocok untuk mengungkapkan kekuatan dan kekuasaan, lalu juga *Font Inter* dapat menunjukkan stabilitas dan ketahanan, yang sesuai dengan sifat Dominance yang berpikir jauh ke depan dan menetapkan standar yang tinggi. Bentuk kotak dan persegi cocok untuk tipe kepribadian Dominance karena memberikan kesan keandalan, keamanan, dan ketegasan yang diinginkan oleh individu dengan kepribadian ini. Bentuk tersebut cocok dengan sifat perfeksionis dan fokus pada hasil yang terukur serta standar yang tinggi yang umumnya dimiliki oleh orang dengan tipe kepribadian Dominance.



GAMBAR 4. 5
Shape Website Marketing Kit

Untuk seseorang dengan tipe kepribadian Dominance, bentuk icon yang cocok adalah kesederhanaan atau *simplicity* supaya mudah untuk dipahami dan terkesan tidak basa-basi.



GAMBAR 4. 6
Icon Website Marketing Kit

H. Prototyping

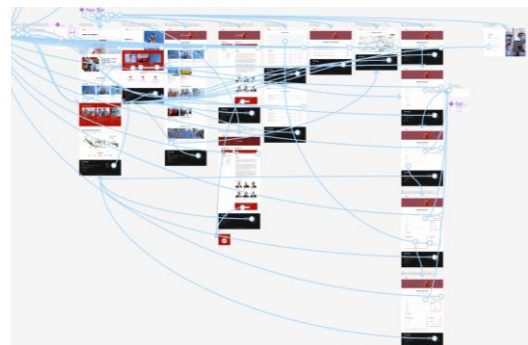
TABEL 4. 4
Contoh Low Fidelity

Low-Fidelity Halaman Login
Deskripsi
Contoh low fidelity halaman login

TABEL 4. 4
Contoh High Fidelity

High Fidelity Halaman Login
Deskripsi
Contoh high fidelity pada halaman login

Setelah menyelesaikan proses desain high fidelity, berikut penulis lampirkan hasil prototyping dari desain high fidelity marketing kit. Prototyping berguna untuk membantu penulis menghasilkan desain dengan fungsi-fungsi yang lebih baik karena dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih interaktif, serta memberikan kepastian atas *flow website*-nya. Berikut hasil *prototyping* yang penulis lakukan:



GAMBAR 4. 7
Prototyping Website Marketing Kit

I. Testing

Pada tahap pengujian atau *testing* penulis melanjutkan tahap *prototype* yang sebelumnya dibuat. Penulis melaksanakan *testing* dengan menggunakan *platform* komunikasi *Google Meet* dan *Zoom*, serta menggunakan *Maze* sebagai alat *testing*.

TABEL 4. 5
Contoh Hasil Usability Testing

Task	Waktu	Status Penyelesaian	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

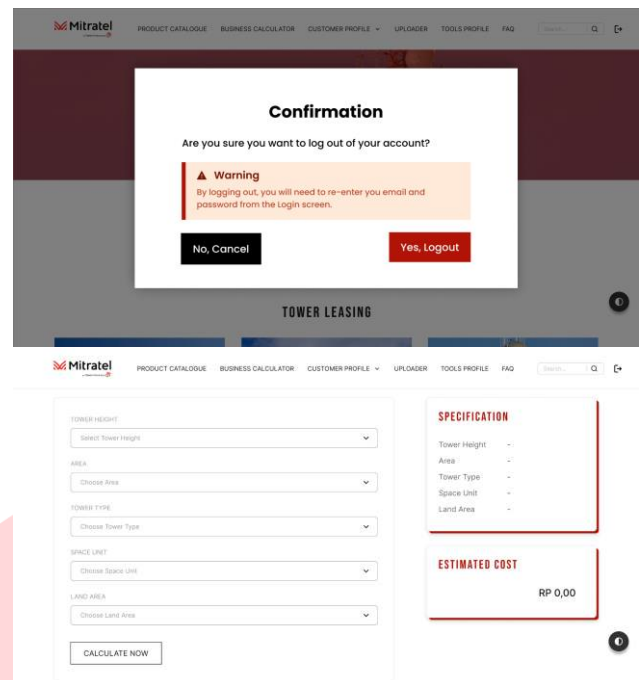
TABEL 4. 6
Contoh Hasil SEQ Test

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

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 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 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, memungkinkan pengguna 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 4. 8
Penyesuaian *Prototype* dengan *Feedback* Pengguna

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

TABEL 4. 7
User Acceptance Testing

Task	Flow	Hasil Pengujian	
		Accept	Reject
Login	Mengisi form login	✓	
	Klik tombol login	✓	
Melihat <i>Product Catalogue</i> (<i>Macro Cell</i>)	Klik navigasi product catalogue	✓	
	Klik navigasi tower leasing	✓	
	Klik navigasi macro cell	✓	

Melihat <i>Product Catalogue (Production Tools Profile)</i>	Klik navigasi <i>product catalogue</i>	✓	
	Klik navigasi <i>production tools profile</i>	✓	
Perhitungan Biaya Sewa Tower	Klik navigasi <i>business calculator</i>	✓	
	Klik navigasi <i>tower leasing</i>	✓	
	Mengisi form <i>calculator</i>	✓	
	Klik tombol <i>generate</i>	✓	
	Mengisi form <i>contract simulation</i>	✓	
	Klik tombol <i>save to uploader</i>	✓	
Melihat <i>Customer & Company Profile</i>	Klik navigasi <i>customer profile</i>	✓	
	Klik navigasi <i>Telkom Group</i>	✓	
	Klik navigasi <i>Telkomsel</i>	✓	
	Klik tombol <i>download PDF</i>	✓	
Upload File	Klik navigasi <i>uploader</i>	✓	
	Klik tombol <i>upload</i>	✓	
	Klik tombol <i>download</i>	✓	
	Klik tombol <i>edit</i>	✓	
	Klik tombol <i>delete</i>	✓	
Melihat FAQ	Klik navigasi <i>FAQ</i>	✓	

K. 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.

V. KESIMPULAN

A. 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.

B. 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.

REFERENSI

- Wolniak, R. (2017). The Design Thinking method and its stages. *Systemy Wspomagania w Inżynierii Produkcji*, 6.
- Indrajit, R. E. (2001). *Evolusi Perkembangan Teknologi Informasi*. Renaissance Research Centre.
- Herfandi, Yuliadi, Taufan, M., Hamdani F., Maulya A. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan UI dan UX. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*. <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/bits/article/view/1716/1158>
- Rawat, P., & Mahajan, A. N. (2020). ReactJS: A modern web development framework. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(11), 698-702.
- Dorst, K. (2015). *Frame innovation: Create new thinking by design*. MIT press.
- Riihiho, S. (2018). Usability Testing. In *The Wiley Handbook of Human Computer Interaction* (eds K.L. Norman and J. Kirakowski). <https://doi.org/10.1002/9781118976005.ch14>
- Tascioglu, M. (2016). The Gestalt of Book Design. *Official Conference Proceedings Abstract*. <https://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/iicahdubai2016/IICAHDubai2>

[016_21542.pdf](#)

Nielsen, J. (2020). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. NN/g Nielsen Norman Group.
<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

